Deutscher Bundestag **Drucksache 15/1303**
15. Wahlperiode 27. 06. 2003

Unterrichtung
durch die Bundesregierung

Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung – 14./15. Legislaturperiode –

Inhaltsverzeichnis

Zugeleitet mit Schreiben des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit vom 26. Juni 2003 gemäß Beschluss des Deutschen Bundestages vom 16. Oktober 1986 zu Nummer II.9 auf Bundestagsdrucksache 10/6171 i. V. m. Beschluss vom 4. Juli 2002 auf Bundestagsdrucksache 14/9363.

Einführung

Von den abenteuerlichen Reisen eines Marco Polo bis zum modernen Tourismus unserer Tage war es ein weiter Weg. Der wirtschaftliche Aspekt spielte jedoch beim Reisen schon immer eine wichtige Rolle. Damals wurden Handelswege gesucht, heute ist das Reisen selbst zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor avanciert. Und damals wie heute wollen Globetrotter die Welt für sich entdecken. Im 21. Jahrhundert machen es ihm moderne Transportmittel möglich, zu Hause zu frühstücken und das Abendessen zig Meilen entfernt einzunehmen. Der Tourismus gehört einfach zu unserem alltäglichen Leben. Schon die Vorfreude auf eine erholsame Urlaubsreise in die schönsten Gegenden unseres Planeten setzt in uns positive Kräfte frei, ganz zu schweigen vom gelungenen Urlaub selbst.

Tourismus ist so auf vielfältige Weise mit unserem Leben verbunden und inzwischen eine feste Institution in unserer Gesellschaft. Er ist ein wichtiger Wirtschaftszweig und trägt maßgeblich zu Einkommen, Beschäftigung und regionaler Entwicklung bei. Solch wichtige Bereiche wie Umwelt- und Verbraucherschutz, Verkehr, Gesundheit, Sicherheit, moderne Medien und neue Technologien, Bildung, öffentliche Haushalte und Kultur sind mit dem Tourismus eng verknüpft.

In Deutschland trägt der Tourismus gegenwärtig zu mehr als einem Zwölftel zum Bruttoinlandsprodukt bei. Er zählt damit zu den wirtschaftlichen Schwergewichten unserer Volkswirtschaft. Rund 2,8 Mio. Arbeitsplätze hängen direkt und indirekt vom Tourismus ab. Über 100 000 junge Menschen finden in der Tourismuswirtschaft ihren Ausbildungsplatz.

Die deutsche Tourismuswirtschaft ist weitgehend mittelständisch geprägt. Reiseveranstalter, Reisemittler, Busunternehmen, Campingplatzbetreiber, Hotels und Gastronomiebetriebe stellen das Gros der touristischen Betriebe. Viele davon sind im Outgoing-Tourismus tätig, da rd. zwei Drittel der Urlaubsreisen der Deutschen ins Ausland gehen. Unter den international tätigen Reiseveranstaltern sind aber auch Touristikkonzerne, die zu den weltgrößten Tourismusunternehmen gehören.

Der deutsche Tourismus ist wegen seiner internationalen Verflechtung stark von unverfälschten internationalen Wettbewerbsbedingungen und der Liberalisierung der Märkte abhängig. Ebenso abhängig ist er von der Aufrechterhaltung der Sicherheit. Kaum ein anderer Wirtschaftszweig ist so anfällig für die oftmals heftigen Auswirkungen krisenhafter Ereignisse wie Krieg, Terror und Epidemien auf das Verbraucherverhalten.

Trotz der Schwankungen durch exogene Ereignisse bleibt der Tourismus ein Instrument der Völkerverständigung und ein Markt der Zukunft. Studien verschiedener Organisationen stimmen in der Erkenntnis überein, dass die mittel- und langfristigen Wachstumsaussichten für den internationalen Tourismus erfreulich sind. Allerdings verteilen sich die Wachstumspotenziale nicht gleichmäßig auf die Regionen und vielfältigen Formen des Tourismus. Es kommt daher sowohl für die Destinationen als auch für die einzelnen Sektoren der Tourismuswirtschaft darauf an, Strukturveränderungen rechtzeitig wahrzunehmen, um im nationalen und internationalen Wettbewerb zu bestehen.

Hier setzt die Tourismuspolitik der Bundesregierung an. Auf der Basis der Subsidiarität, die bei der konkreten Ausgestaltung der Tourismusentwicklung von der Zuständigkeit der Länder ausgeht, übernimmt der Bund die Aufgabe, gemeinsam mit den Ländern für geeignete Rahmenbedingungen für eine gedeihliche Entwicklung der Tourismuswirtschaft zu sorgen. Für die kleinen und mittleren Unternehmen, die das Gesicht der Tourismuswirtschaft prägen, soll die Offensive der Bundesregierung „pro mittelstand“ eine neue Dynamik entfalten und die Beschäftigung steigern. Das beträchtliche Existenzgründungs-, aber auch das Ausbildungsplatzpotenzial des Tourismus sollen verstärkt ausgeschöpft werden.

Eckpfeiler der speziellen Tourismuspolitik des Bundes bleibt die Bewerbung Deutschlands als Reise- und Urlaubsziel im Ausland, die durch die Bundesregierung der Deutschen Zentrale für Tourismus übertragen wurde. Um die Wettbewerbsfähigkeit der kleinstrukturierten Tourismuswirtschaft zu stärken, unterstützt die Bundesregierung – orientiert am Grundsatz unternehmerischer Eigenverantwortung – auch die Erschließung und den Ausbau ausgewählter Marktsegmente des Tourismus. Sei es, weil in ihnen wirtschaftliche Potenziale schlummern oder sei es, weil ihre Stärkung übergeordneten politischen Zielen dient, wie etwa der Nachhaltigkeit.

Im Einklang mit bedeutenden internationalen Initiativen liegt gegenwärtig ein Hauptaugenmerk der aktiven Tourismuspolitik der Bundesregierung auf den Aspekten der Naturnähe und Umweltverträglichkeit des Tourismus sowie auf der Barrierefreiheit im Tourismus. Eine naturnahe, umweltverträgliche Gestaltung der touristischen Angebote in Deutschland soll den Inlandstourismus stärken. Mobilitätseingeschränkten Menschen Reisen und Urlaub ohne Hindernisse zu ermöglichen, ist ein sozialpolitisches Ziel und ein interessanter Markt für innovative touristische Leistungen.

Aktuelle Ereignisse – von Terroranschlägen über Entführungen von Touristen und Busunglücken bis hin zu ansteckenden Krankheiten – werfen ein Schlaglicht auf die Sicherheit im Tourismus, auch als politisches Handlungsfeld. Auch die Hochwasserkatastrophe in Deutschland im Sommer 2002 erforderte schnelles und entschlossenes Handeln auch der Bundesregierung, um die schlimmsten Folgen für die Tourismuswirtschaft in den betroffenen Regionen zu mildern.

Zur Qualitätssicherung im Tourismus gehören gute Verkehrsanbindungen der touristischen Zielorte. Hierzu bedarf es hochwertiger Infrastrukturen und einer leistungsfähigen Verkehrswirtschaft. Diese zu sichern, ist tourismus- wie verkehrspolitisches Ziel der Bundesregierung.

Der starken internationalen Verflechtung trägt die Bundesregierung durch ihre Mitarbeit in den internationalen Organisationen und Gremien Rechnung, insbesondere in der Welttourismusorganisation, in der OECD und bei multilateralen Dienstleistungsverhandlungen der Welthandelsorganisation. In der EU gestaltet die Bundesregierung die tourismuspolitische Zusammenarbeit unter Wahrung des Subsidiaritätsprinzips aktiv mit. Bilateral engagiert sich die Bundesregierung in Gesprächen mit zahlreichen Ländern. Dabei ist sie auch bestrebt, neue (Quell-)Märkte für den Tourismus zu erschließen, wie es jüngst im Falle der VR China gelungen ist.

Die Bundesregierung arbeitet eng mit der Tourismuswirtschaft und ihren Verbänden zusammen. Das gleiche gilt für die Bundesländer, in deren Zuständigkeit Tourismuspolitik vorrangig fällt, sowie die Legislative mit ihrem Bundestagsausschuss für Tourismus.

Der vorliegende Bericht skizziert zunächst die Grundstrukturen der Tourismuspolitik der Bundesregierung und stellt dann die wirtschaftliche Entwicklung der Tourismuswirtschaft in ihren wichtigsten Einzelbereichen dar. Eine Auswahl politisch relevanter Trends im Tourismus – nachfrage- wie angebotsseitig – wird gesondert behandelt. Der dritte, umfangreichste Teil des Berichts erläutert ausführlich die tourismuspolitischen Aktivitäten der Bundesregierung in der 14./15. Legislaturperiode. Die Handlungsfelder Verkehrspolitik und Umweltpolitik werden jeweils zusammenhängend als eigenständige Kapitel dargestellt. Der Bericht wurde im Mai 2003 abgeschlossen.

Teil I Grundzüge der Tourismuspolitik

Der Tourismus ist ein gewichtiger Wirtschaftsfaktor in Deutschland. Eine Besonderheit liegt in der Heterogenität dieses Wirtschaftszweiges. Hierzu zählen Reiseveranstalter und Reisemittler, Hotels und Gaststätten, Campingplatzbetreiber, Sport- und Freizeitparks, Verkehrsträger, Teile des Einzelhandels u. a. m. Die Anbieter sind je nach Geschäftsart im Outgoing-Tourismus, Incoming-Tourismus und/oder im Inlandstourismus aktiv und insofern in ihrer wirtschaftlichen Entwicklung von unterschiedlichen Einflussfaktoren abhängig. Umgekehrt kann sich ein und derselbe Einflussfaktor in unterschiedlichen Teilsegmenten der Tourismuswirtschaft sogar gegensätzlich auswirken.

Die Tourismuswirtschaft ist weitgehend mittelständisch geprägt. Ihr gehören aber auch große Reiseveranstalter und Luftfahrtunternehmen und selbst integrierte Konzerne an, die zum Teil als global players auftreten.

Große Teile der Tourismuswirtschaft haben wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten eine starke Aufwärtsentwicklung genommen. Die verfügbare Freizeit und die hohe Priorität, welche Ausgaben für Reisen bei privaten Haushalten haben, lassen auch weiterhin grundsätzlich Wachstumspotenziale erwarten.

In verschiedenen Untersuchungen namhafter Forschungsinstitute wird der Tourismus weltweit neben den Informations- und Kommunikationstechnologien und der Biotechnologie zu den Zukunftsbranchen gezählt.

Wie alle Wirtschaftsbereiche ist auch die Entwicklung im Tourismus von der allgemeinen Einkommensentwicklung abhängig. Aber auch die Kapazitäten der Verkehrsinfrastruktur beeinflussen die Nachfrage positiv wie negativ. Ähnliches gilt für die Umweltpolitik, die einerseits z. B. durch Verteuerung der Mobilität die Nachfrage auch im Tourismussektor dämpfen kann, andererseits aber durch die Schaffung naturnaher Angebote die Nachfrage steigert bzw. in eine andere Richtung lenkt. Auch die Außenpolitik kann die touristische Nachfrage unmittelbar beeinflussen. Dies geschieht nicht nur durch bilaterale Verhandlungen wie z. B. jüngst beim Abschluss des Übereinkommens mit der Volksrepublik China, sondern auch durch die außenpolitischen Aktivitäten der Bundesregierung auf dem Gebiet der internationalen Sicherheitspolitik.

Ebenso wie andere Bereiche der Wirtschaftspolitik sich auf den Tourismus auswirken können, ist die Tourismuspolitik eingebettet in den allgemeinen wirtschaftspolitischen Rahmen. Sie ist ein integraler Bestandteil der Wirtschaftspolitik der Bundesregierung und orientiert sich daher an denselben Grundsätzen.

1 Ziele und Instrumente der Tourismuspolitik der Bundesregierung

Aufgabe der Bundesregierung ist es auch in der Tourismuspolitik als Teilbereich der allgemeinen Wirtschaftspolitik, die unternehmerische Eigenverantwortung zu stärken und die Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft zu verbessern, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Dies schließt ein, dass der Bund, zusammen mit Ländern und Kommunen, die notwendige Infrastruktur bereitstellt. Die konkrete Planung, Entwicklung und unmittelbare Förderung des Tourismus liegt generell in der Verantwortung der Bundesländer.

Zu den wirtschaftspolitischen Gestaltungsfeldern, die die Tourismuswirtschaft maßgeblich betreffen, zählt neben der Steuerpolitik vor allem die allgemeine Mittelstandspolitik der Bundesregierung. Ihr Ziel ist es, kleinen und mittleren Unternehmen Gründung, Wachstum und Bewältigung des Strukturwandels zu erleichtern. Hierzu zählen der gezielte Abbau bürokratischer Belastungen der Wirtschaft ebenso wie spezielle Instrumente der Mittelstandsförderung wie etwa die Förderung nach dem ERP-Programm.

Speziell der Tourismuswirtschaft zugute kommen die im Bundeshaushalt vorgesehenen Mittel für die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) und zur „Leistungssteigerung im Tourismusgewerbe“.

Die Zuwendungen an die DZT dienen der Präsentation Deutschlands als Urlaubs- und Reiseland im Ausland. Diese Hilfestellung im Marketing ist angesichts des internationalen Wettbewerbs erforderlich, weil die kleinstrukturierten Marktteilnehmer in Deutschland diese Aufgabe aus eigener Kraft nicht leisten können. Die Finanzmittel wurden in den vergangenen Jahren kontinuierlich aufgestockt. Die DZT bringt ihre Erfahrung im Auslandsmarketing zugleich in ein so genanntes „überregionales Inlandsmarketing“ ein, um das Reisen der Deutschen in Deutschland zu bewerben. Dieses relativ neue und zunächst befristete Engagement wird von Bundesländern und Tourismuswirtschaft finanziell getragen.

Mit den der Leistungssteigerung dienenden Haushaltsmitteln verfolgt das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit insbesondere folgende Ziele:

- Qualität der touristischen Produkte verbessern;
- Qualifikation der Beschäftigten im Tourismus erhöhen;
- wirtschaftliche Potenziale ausgewählter Nachfragesegmente aufzeigen und den Anbietern Anstöße zu ihrer Erschließung geben;
- bei Strukturveränderungen, z. B. bei neuen Technologien und Kommunikationstechniken, Hilfestellung geben;
- mehr Nachhaltigkeit im Tourismus erreichen.

2 Zusammenarbeit der tourismuspolitischen Akteure

Innerhalb der Bundesregierung liegt die Federführung für Tourismuspolitik beim Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA). Tourismuspolitik als Querschnittsaufgabe berührt jedoch in vielen Einzelfragen auch die Zuständigkeitsbereiche anderer Ressorts, mit denen das BMWA sich abstimmt.

Die Tourismuspolitik der Bundesregierung wird entscheidend mitbestimmt vom Ausschuss für Tourismus, einem Vollausschuss des Deutschen Bundestages. Das BMWA koordiniert die Berichterstattung der Bundesregierung an den Ausschuss.

Die Tourismuspolitik von Bund und Ländern wird im Bund-Länder-Ausschuss Tourismus (BLA) unter Vorsitz des BMWA abgestimmt. Im Berichtszeitraum wurden als Hauptthemen z. B. die Vorbereitung und Durchführung der EXPO 2000, des „Jahres des Tourismus 2001“, Forschungsvorhaben zum Wirtschaftsfaktor Tourismus und Projekte zur Verbesserung von Qualität und Angebotsgestaltung koordiniert. Darüber hinaus bereitete der BLA die notwendigen Beschlussunterlagen für die Wirtschaftsministerkonferenz (WMK) vor, so z. B. zur Verlängerung der Finanzierung des überregionalen Inlandsmarketings der DZT und zu den Organisationsstrukturen und der besseren Zusammenarbeit von DZT und Deutschem Tourismusverband (WMK-Beschlüsse vom November 2000).

Eine weitere wichtige Säule der Tourismuspolitik der Bundesregierung ist die enge Zusammenarbeit mit der Tourismuswirtschaft, vor allem im Beirat für Fragen des Tourismus beim Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit. Der Beirat wurde am 15. Januar 2003 für die laufende Legislaturperiode neu berufen und soll zweimal im Jahr zusammenkommen. Ihm gehören 21 Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Verbänden, Gewerkschaften und Wissenschaft an. Als ständige Gäste nehmen der Vorsitzende und die Obleute des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages an den Sitzungen teil.

3 Internationale Zusammenarbeit

Die Bundesregierung misst der bilateralen und multinationalen Zusammenarbeit große Bedeutung bei. Sie setzt sich in den EU-Gremien für den Abbau bestehender Hemmnisse bei grenzüberschreitendem Austausch von Dienstleistungen und von Wettbewerbsverzerrungen ein und wirkt bei der Förderung der Tourismuswirtschaft in Europa mit.

Auf multinationaler Ebene außerhalb der EU ist Deutschland sowohl in der Welttourismusorganisation (WTO), der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) als auch in den entsprechenden Fachkonferenzen der Vereinten Nationen vertreten, in denen Themen mit Auswirkungen auf Tourismuspolitik und -wirtschaft behandelt werden.

Teil II Entwicklung des Tourismus und der Tourismuswirtschaft

1 Wirtschaftsfaktor Tourismus

Die Tourismuswirtschaft ist keine Branche im üblichen Sinne. Sie definiert sich nicht über die Produktion bestimmter Güter, sondern über den Nachfragezweck: Reisen. Deshalb bereitet die Messung ihres Anteils an gesamtwirtschaftlichen Aggregaten mit den verfügbaren Statistiken Schwierigkeiten. International durchgesetzt hat sich zu diesem Zweck die Bildung so genannter „Tourismussatellitenkonten (TSA)“, die die unmittelbaren und mittelbaren touristischen Nachfrage- und Lieferströme zusammengefasst ausweisen und zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) ins Verhältnis setzen.

Das BMWA hatte 1999 beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung Berlin (DIW) eine derartige Satellitenberechnung in Auftrag gegeben. Das DIW kam zu dem Ergebnis, dass die Tourismuswirtschaft in Deutschland mit einem Anteil von 8 % am BIP ein gewichtiger Wirtschaftsfaktor sei. Sie bietet 2,8 Mio. Personen (rd. 8 % der Erwerbstätigen) Beschäftigung und stellt über 100 000 Ausbildungsplätze.

Viele andere Länder haben ähnliche Berechnungen durchgeführt, die jedoch – mangels internationaler Standardisierung der Berechnungsmethoden – meist kaum vergleichbar sind. Die Welttourismusorganisation (WTO) und die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) haben daher ein standardisiertes System zur Berechnung von Tourismussatellitenkonten entwickelt, das vom Statistischen Amt der EU (Eurostat) für die EU angepasst wurde.

Die EU-Kommission hat 2002 ein Projekt zur Erleichterung der Einführung von Tourismussatellitenkonten in den EU-Mitgliedstaaten gestartet und einen Zuschuss für die Erstellung nationaler Tourismussatellitenkonten in Aussicht gestellt. Das BMWA beteiligt sich an diesem Verfahren durch einen Forschungsauftrag. Die Ergebnisse sollen im Herbst 2003 vorliegen.

Ein Tourismussatellitenkonto für Deutschland für das Jahr 2000

Der Tourismus ist keine eindeutig definierte und abgegrenzte Branche, sondern setzt sich aus einer Vielzahl von Leistungen unterschiedlicher Bereiche der Volkswirtschaft zusammen. Die Erfassung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus gestaltet sich daher im Vergleich zu den produktionsorientierten Wirtschaftszweigen der Volkswirtschaft, beispielsweise Landwirtschaft, Maschinenbau oder Ernährungsgewerbe, schwierig. Dies liegt insbesondere daran, dass die durch touristische Aktivitäten bedingte Konsumnachfrage Auswirkungen in den verschiedensten Wirtschaftsbereichen der Volkswirtschaft hat. Aufgrund der Heterogenität der zu erfassenden Aktivitäten verbietet sich der Ausweis in einem eigenen Sektor.

Die traditionelle Tourismusstatistik beschränkt sich neben der detaillierten Darstellung von Informationen zu Übernachtungen im Reiseverkehr auf die Darstellung der Umsätze und Beschäftigten im Gastgewerbe. Der Tourismusstatistik gelingt es damit nicht, die vielfältigen volkswirtschaftlichen Verflechtungen des Tourismus adäquat abzubilden. Des Weiteren sind die tourismusrelevanten Informationen nur innerhalb bestimmter gesamtwirtschaftlicher Größen (Konsum, Exporte etc.) der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) aufzufinden.

Sowohl zur Ermittlung der monetären Relevanz des Tourismus als auch zur Ermittlung einer Basis zur Analyse der laufenden Entwicklung empfiehlt sich daher die Entwicklung eines ergänzenden, auf die Konzepte der VGR abgestimmten volkswirtschaftlichen Berichtssystems.

Ein derartiges Berichtssystem ist das Tourismussatellitenkonto. Es stellt den Versuch dar, den Tourismus als ökonomisches Phänomen in Verbindung mit den VGR und anderen Wirtschaftsstatistiken zu erfassen und zu analysieren. Die VGR dienen dabei nicht nur als zentrale Datenquellen, vielmehr bestimmen ihre Methoden und Konzepte sowohl den grundsätzlichen Aufbau des Satellitensystems als auch die Integration der vielfältigen Daten in das Satellitensystem.

Mitte der 80er-Jahre hatte die OECD die Entwicklung eines ausschließlich auf den Tourismus bezogenen ökonomischen Berichtssystems, genannt „Tourism Economic Accounts“, im erweiterten Kontext der wirtschaftsstatistischen Berichterstattung angestoßen. Im Rahmen der Revision des System of National Accounts Ende der 80er-Jahre wurden die Überlegungen zur Erfassung der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus international belebt.

Da in diesen Veröffentlichungen lediglich die wesentlichen konzeptionellen Merkmale von Satellitensystemen erläutert werden, wurde in Kooperation zwischen WTO, OECD und dem Statistischen Amt der EU (Eurostat) unter Einbeziehung der Statistischen Kommission der Vereinten Nationen (UNSC) ein Tourism Satellite Account (TSA) entwickelt.

Um die praktische Umsetzung in den EU-Staaten zu vereinfachen, wurden von Eurostat Implementierungshandbücher veröffentlicht. Die beiden tourismusspezifischen Handbücher sind Basis der vom BMWA in Auftrag gegebenen ersten empirischen Umsetzung der TSA-Konzeption für Deutschland. Als Bezugsjahr zur Entwicklung eines derartigen Modells für die Bundesrepublik wurde das Jahr 2000 gewählt.

Anhand des TSA lassen sich bessere Erkenntnisse über den tatsächlichen Umfang und die Bedeutung der Tourismuswirtschaft gewinnen, gestützt auf Zahlen und Verfahren, die international vergleichbar und zuverlässig sind, da sie auf den Daten der nationalen Statistischen Ämter und den Buchungsregeln der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen basieren.

Die EU-Tourismusstatistik-Richtlinie aus dem Jahr 1995 verlangt u. a. die Erfassung des Reiseverhaltens in den Mitgliedstaaten. Hierzu gibt es in Deutschland keine amtliche Statistik. Um den Anforderungen der EU-Richtlinie gerecht zu werden, werden diese Daten – beginnend mit dem Berichtsjahr 1997 – jährlich auf der Grundlage von Erhebungen ermittelt. Die Ergebnisse der Erhebungen, die ein Unternehmen im Auftrag der Bundesregierung durchführt, werden vom Statistischen Bundesamt veröffentlicht.

Die Informationsanforderungen der EU-Tourismusstatistik-Richtlinie waren auch ein Anlass für die Neuordnung der Statistik über die Beherbergung im Reiseverkehr durch das Beherbergungsstatistikgesetz 2002. Zudem wurde die Erfassung der Zimmerauslastung zusätzlich in das Gesetz aufgenommen und damit einer langjährigen Forderung der Tourismuswirtschaft entsprochen. In der betrieblichen Praxis ist die Zimmer- und nicht die Bettenbelegung der zentrale Maßstab der Kapazitätsauslastung. Weiterhin wurde einem Wunsch der Länder und Verbände entsprochen, indem mit dem novellierten Gesetz auch Ankünfte und Übernachtungen in Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen erfasst werden.

2 Die wirtschaftliche Lage der touristischen Branchen

Der Berichtszeitraum war durch einige herausragende Ereignisse geprägt. Hierzu gehörten einerseits das EXPO-Jahr 2000 und das Tourismusjahr 2001 in Deutschland, die für die deutsche Tourismuswirtschaft einen großen Nachfrageschub brachten. Einfluss hatten aber auch der 11. September 2001 und weitere Terroranschläge sowie die Hochwasserkatastrophe im Jahr 2002, die zu Einbußen führten.

Wenngleich sich die Auswirkungen des 11. September in der Tourismusstatistik 2001 noch nicht niederschlugen, hat sich – wie auch bei den Anschlägen von Djerba und auf Bali sowie den militärischen Auseinandersetzungen im Irak und jüngst der Krankheit SARS – gezeigt, dass Sicherheit, nicht nur in den Destinationen, sondern auch auf den Reisewegen, eine der wichtigsten Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft ist. Die bisherigen Erfahrungen mit spektakulären Ereignissen haben jedoch auch gezeigt, dass das Reiseverhalten relativ schnell auf Bedrohungen reagiert, sich aber beinahe ebenso schnell davon wieder erholt, wenn sie vorüber sind.

2.1 Beherbergungsgewerbe und Gastronomie

Das Gastgewerbe mit seinen Kernbereichen Hotellerie und Gastronomie erwirtschaftet mit insgesamt mehr als 250 000 Unternehmen den größten Teil der touristischen Wertschöpfung in Deutschland. Es stellt den Großteil der Arbeitsplätze in diesem Dienstleistungssektor und bietet die meisten Ausbildungsplätze.

Hotels, Hotels garni, Gasthöfe, Pensionen, Restaurants, Cafés, Eisdielen, Imbiss-, Schank- und Unterhaltungsbetriebe sowie Kantinen und Caterer – hierzu zählen die Zulieferbetriebe der Fluggesellschaften – erwirtschafteten 2002 mit rd. 1 Mio. Beschäftigten und mehr als 90 000 Auszubildenden einen Umsatz von 51,6 Mrd. Euro. Dies entspricht einem Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahr von 4,0 % (in jeweiligen Preisen).

Die Gesamtzahlen teilen sich auf

– auf über 54 000 Beherbergungsbetriebe – darunter rd. 13 000 Hotels – mit insgesamt rd. 2,6 Mio. Betten, gut 300 000 Mitarbeitern und rd. 17 Mrd. Euro Umsatz (2002),

– auf etwa 200 000 gastronomische Unternehmen einschließlich Imbiss- und Trinkhallen mit rd. 616 000 Beschäftigten und gut 31 Mrd. Euro Umsatz (2002),

– auf über 8 000 Kantinen und Caterer mit über 80 000 Beschäftigten und einem Umsatz von rd. 3,6 Mrd. Euro (2002).

Während im Jahr 2001 das Rekordergebnis aus dem EXPO-Jahr 2000 mit + 0,1 % noch geringfügig übertroffen werden konnte, weist die Beherbergungsstatistik für 2002 mit 338,7 Mio. Übernachtungen in Beherbergungsstätten mit mehr als acht Betten und auf Campingplätzen gegenüber dem Vorjahr ein Minus von 2,5 % aus. Im Vergleich zu 1998 ergab sich aber immer noch ein Zuwachs in Höhe von 7,7 % (vgl. Tabelle/Schaubild).

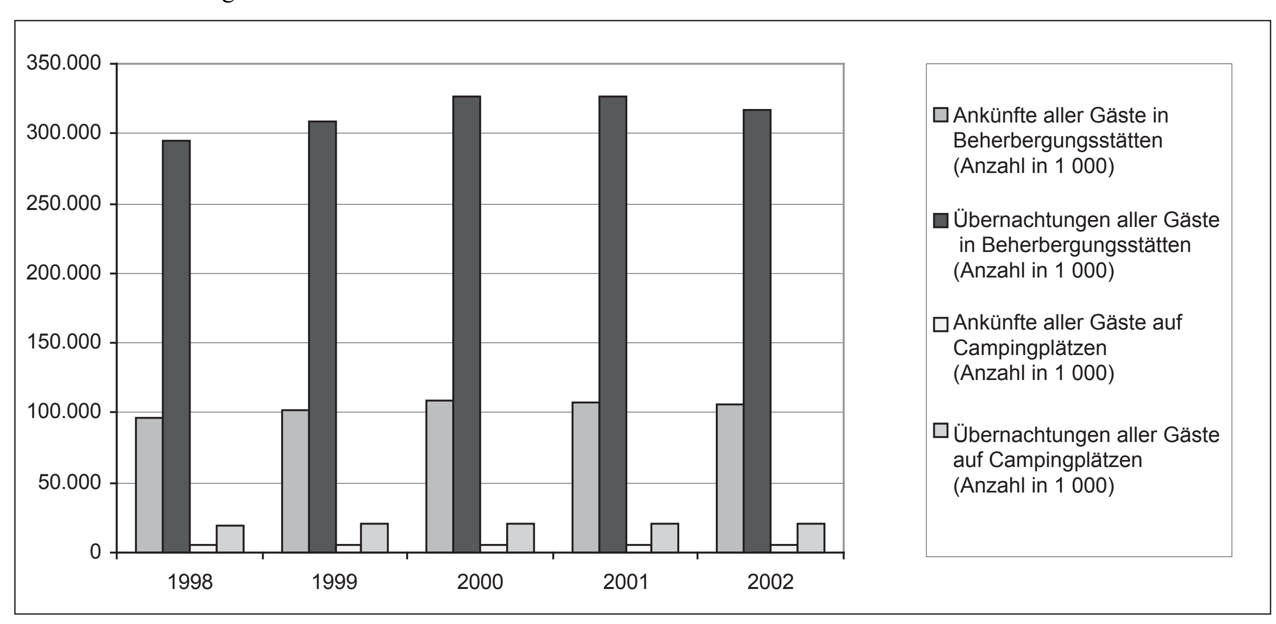
Parallel dazu gingen in 2002 gegenüber dem Vorjahr die Umsätze im Beherbergungsgewerbe um 2,5 % und die Beschäftigtenzahl um 1,5 % zurück. Mit dem Rückgang der Übernachtungszahlen war auch eine Abnahme der Kapazitätsauslastung im Jahr 2002 gegenüber 2001 um 3,5 % auf 36,2 % zu verzeichnen.

Entwicklung der Gästeankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit mehr als acht Betten und auf Campingplätzen

Zeitraum	Ankünfte aller Gäste in Beherbergungsstätten (Anzahl in 1 000)	Übernachtungen aller Gäste in Beherbergungsstätten (Anzahl in 1 000)	Ankünfte aller Gäste auf Campingplätzen (Anzahl in 1 000)	Übernachtungen aller Gäste auf Campingplätzen (Anzahl in 1 000)
1998	96 269	294 495	5 083	19 917
1999	101 648	308 037	5 554	21 329
2000	108 305	326 378	5 431	21 046
2001	107 365	326 247	5 510	21 308
2002	105 484	317 510	5 574	21 186

Quelle: Statistisches Bundesamt

Grafische Darstellung der Tabelle:



Vom Rückgang der Übernachtungen waren mit Ausnahme der Jugendherbergen alle Betriebsarten betroffen. Allerdings mussten die Unterkünfte, die vor allem von Urlaubern genutzt wurden, wie Ferienzentren, Ferienhäuser und -wohnungen sowie Campingplätze nur vergleichsweise geringe Rückgänge hinnehmen; deutlichere hingegen die Betriebe der Hotellerie (Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Hotels garni) mit – 3,7 %.

Obwohl der 11. September am ehesten einen Rückgang der Übernachtung ausländischer Gäste hätte erwarten lassen, verringerte sich deren Zahl in 2002 nur um 0,3 %. In den rückläufigen Zahlen für 2002 dürfte sich – neben dem hohen Ausgangsniveau der Jahre 2000 und 2001 – nicht zuletzt auch die rückläufige Geschäftsreisetätigkeit als Ergebnis der weltweiten konjunkturellen Schwäche widerspiegeln.

Während 2002 beinahe im gesamten Bundesgebiet Einbußen zu verzeichnen waren, erzielten die Bundesländer Hamburg und Mecklenburg-Vorpommern gegen den Trend Zuwächse der Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 6 %. Als Folge der Hochwasserkatastrophe im Sommer 2002 fiel demgegenüber der Rückgang in Sachsen besonders drastisch aus. Insgesamt verzeichneten die neuen Länder im Jahr 2002 erstmals seit Aufnahme in die Beherbergungsstatistik rückläufige Übernachtungszahlen. Mit – 0,9 % lagen sie indes noch deutlich günstiger als die alten Länder, die Einbußen von – 3,1 % erlitten.

Im Zeitraum 1998 bis 2001 war die Zahl der Übernachtungen in Deutschland um insgesamt rd. 11 % gestiegen. Die Entwicklung in den neuen Ländern hatte dabei mit 26,1 % weit über dem Bundesdurchschnitt gelegen. Die Zuwächse bei ausländischen Übernachtungsgästen hatten zwischen 1998 und 2001 9,9 % im Bundesgebiet, 25,0 % in den neuen Ländern und 8,5 % in den alten Ländern betragen.

Die Entwicklung war und ist in den neuen Ländern jedoch sehr heterogen. Im Vergleich 2001 gegenüber 1998 lag Mecklenburg-Vorpommern mit fast 50 % Zuwachs an der Spitze, gefolgt von Brandenburg mit 20,5 %, Thüringen mit 14,3 %, Sachsen mit 13,3 % und Sachsen-Anhalt mit 7,8 %. In Berlin (West und Ost) lag die entsprechende Zuwachsrate bei 36 %.

Insgesamt zeigt die Entwicklung, dass im Tourismus in den neuen Ländern ein nachhaltiger Aufholprozess stattgefunden hat und dass sich die wirtschaftlichen Messgrößen in Ost und West langsam aber stetig annähern. Damit erbringen Tourismus und Tourismuswirtschaft einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der neuen Länder und zur Stabilisierung der Beschäftigung. Dies gilt insbesondere für Mecklenburg-Vorpommern, wo jeder sechste Arbeitsplatz vom Tourismus abhängt.

Das Tourismusbarometer des ostdeutschen Sparkassen- und Giroverbandes

1998 beauftragte der Ostdeutsche Sparkassen- und Giroverband das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr (dwif) an der Universität München, als ein Instrument der Marktforschung zu entwickeln, das über die Erkenntnisse der amtlichen Beherbergungsstatistik hinausgeht.

Seitdem beobachtet das „Tourismusbarometer“ kontinuierlich die Tourismusentwicklung auf Landes- und regionaler Ebene in den fünf ostdeutschen Ländern Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen, seit 2002 auch in Schleswig-Holstein. Anders als die amtliche Statistik erfasst das Tourismusbarometer z. B. auch (Privat-)Unterkünfte mit weniger als neun Betten.

Das Programm der Marktforscher besteht aus einem konjunkturell orientierten Basismodul sowie einem Spezialmodul aus jährlich wechselnden Themen. Diese Themen werden von einem Fachbeirat festgelegt, in dem außer Sparkassenvorständen, Vertretern von Kommunen und den beteiligten Länderwirtschaftsministerien auch das BMWA vertreten ist.

Zu den regelmäßig untersuchten Segmenten des touristischen Marktes gehört neben dem Hotel- und Gaststättengewerbe auch die Auslastung von Freizeitangeboten und Infrastruktureinrichtungen. Dies ist von großem Interesse z. B. für Kreditgeber und Fördereinrichtungen im Hinblick auf Neuprojekte. Dazu einige Erkenntnisse aus der bisherigen Forschung:

– Stadtführungen konnten weiter steigende Nachfrage verbuchen und sind, über den gesamten Zeitraum betrachtet, der eindeutige Gewinner.
– Naturparkzentren, Museen, Burgen/Schlösser und Kirchen konnten über alle Jahre in etwa ihr Niveau halten.
– Private Eisenbahnen haben ihr Tief überwunden und legen weiter zu.
– Landschaftsattraktionen und vor allem Erlebnisbäder mussten eine permanente Verschlechterung hinnehmen und liegen inzwischen deutlich unter dem Ausgangswert von 1997.

Für die Auslastung von Freizeit- und Infrastruktureinrichtungen spielt nicht nur die amtlich-statistisch erfasste Auslastung der gewerblichen Beherbergungsbetriebe eine Rolle, sondern auch der so genannte „graue Beherbergungsmarkt“, d. h. Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit weniger als neun Betten, selbstgenutzten Ferienwohnungen und unentgeltliche Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten. In diesem Bereich liefert das Tourismusbarometer wesentliche Erkenntnisse, liegen doch demnach die Gesamt-Touristenströme in einzelnen Regionen z. T. um das Zwei- bis Dreifache über denen der amtlichen Statistik.

Der Kongress- und Tagungsmarkt in Deutschland war 2001/2002 stabil. Zwar wies die durchschnittliche Tagungsdauer einen leichten Rückgang von 1,9 auf 1,8 Tage auf. Dafür ist aber die Zahl der Veranstaltungen in den vergangenen zwei Jahren 2001/2002 von 1,15 auf 1,3 Mio. gestiegen, und die Gesamtzahl der Tagungsteilnehmer im selben Zeitraum um 6 Mio. auf 69 Mio. Gut jede dritte Hotelübernachtung in Deutschland ist in Zusammenhang mit einer Tagung oder einem Kongress gebucht worden. Insgesamt konnte Deutschland seine Position als eine der führenden Kongress- und Tagungsnationen festigen.

Im Gastronomiebereich lagen die Umsatzrückgänge im Jahr 2002 gegenüber dem Vorjahr zwischen 2,3 % (Cafés) und 6,0 % (Restaurants). Der Rückgang von Vollbeschäftigten beträgt bei Restaurants 5,5 %, Cafes 1,3 % und bei Kantinen und Caterern 5,2 %. Die entsprechenden Zahlen für Teilzeitkräfte betragen – 0,1 %, – 3,6 % und – 4,1 %.

2.2 Reiseveranstalter und Reisemittler

Sieht man von den Sonderentwicklungen bei Kreuzschifffahrten und in der Busreisebranche ab, so erlebte die Reisebranche nach Jahren stetigen Wachstums in den Jahren 2001 und noch stärker in 2002 erstmals einen Rückgang. So sind die Teilnehmerzahlen 2002 um 7,4 % und die Pauschalreiseumsätze um 6,4 % zurückgegangen. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Der Terroranschlag am 11. September 2001, die Anschläge von Djerba und Bali, SARS, die weltpolitische sowie die gesamtwirtschaftliche Lage haben durch Verunsicherung der Reisenden einen zeitweiligen Konsum-Attentismus ausgelöst.

Die Reiseveranstalter suchen dem einerseits durch betriebliche Kostensenkungsmaßnahmen und Kapazitätsanpassungen sowie andererseits durch verstärkte Niedrigpreisangebote zu begegnen.

Vergleichsweise stabil sind die so genannten erdgebundenen Reisen, von denen insbesondere der Inlandstourismus profitiert. Die Reiseveranstalter haben in den vergangenen Jahren ihre Deutschlandangebote kräftig erweitert. Entsprechend haben die Deutschlandbuchungen von Pauschalreisen über Reisebüros und Reiseveranstalter nach + 24 % im Jahr 2001 im Jahr 2002 noch einmal um 8 % zugenommen.

Das spiegelt sich auch in der Bustouristik wider. Sie kehrte die Schmälerung ihres Marktanteils von 9,9 % in 1997 bis auf 9,1 % in 2000 in den letzten beiden Jahren um: über 9,7 % in 2001 auf 10,3 % in 2002. Damit konnte die Busreise ihre dritte Position hinter PKW (Anteilsanstieg 2001 bis 2002 von 48,5 % auf 50,8 %) und Flugzeug (Anteilsabnahme von 33,7 % auf 31,5 %) stabilisieren. Der Anteil der Bahnreisen am Gesamtveranstaltungsmarkt verzeichnete einen Rückgang von 6,7 % auf 5,8 %.

Mit der Stärkung der Bustouristik kommt auch die allgemeine Verlagerung von individuellen zu organisierten, d. h. Veranstalterreisen zum Ausdruck. Die „Bestseller“ unter den Busreisen sind Tagesfahrten, Städtereisen und Studien- und Rundreisen sowie themenbezogene Reisen wie Kulturfahrten, Musicalreisen, Gourmet-Reisen oder Fitness-Reisen für Sportbegeisterte. Derzeit sind von den rd. 6 000 in Deutschland ansässigen privaten Busunternehmen rd. 1 200 Unternehmer Busreiseveranstalter.

Ein recht positives Bild ergibt sich beim Kreuzfahrtenmarkt. Dies betrifft zum einen den Hochseebereich, wo nach einer Studie des Deutschen Reisebüro- und Reiseveranstalter-Verbandes (DRV) die Passagiernächte auch im Jahr 2002 zunahmen, nämlich um 9,3 %. Damit sind sie in den sieben Jahren seit 1996 fast stetig um insgesamt 40,6 % gestiegen; die Umsätze in diesem Segment stiegen im selben Zeitraum sogar um 76,9 % an. Die Flusskreuzfahrten wuchsen noch rasanter: Sie legten 2002 um 12,9 % (Passagiernächte) bzw. 18,0 % (Umsätze) zu, 1996 bis 2002 insgesamt um 126,2 % bei den Passagiernächten und um 156,1 % bei den Umsätzen.

Das in den vergangenen Jahren prognostizierte Reisebürosterben ist nicht eingetreten. Deutschland verfügt mit knapp 20 000 Verkaufsstellen nach wie vor über die höchste Reisebüro-Dichte weltweit. Allerdings weisen Untersuchungen darauf hin, dass der Anteil der ungebundenen Reisemittler in Relation zu Ketten- und Franchise-Büros sowie Kooperationen zwischen 1998 und 2001 rapide abgenommen hat.

Die weitere Entwicklung ist sorgfältig zu beobachten. Nach dem jüngsten Reisebüro-Benchmarking des DRV weitet sich bei nahezu der Hälfte aller Reisebüros in Deutschland die Schere aus Kosten und Erlösen – nicht zuletzt verursacht durch die deutlichen Provisionskürzungen der Fluggesellschaften. Hinzu kommt die Tarifsteigerung, machen doch die Personalkosten rd. 80 % der Fixkosten aus.

Geschäftseinbußen drohen den Reisebüros auch durch die Direktmarketingstrategien der großen Veranstalter und anderer Leistungsträger wie insbesondere der Fluggesellschaften. Auch prüfen Großkonzerne alternative Vertriebswege für ihre Reiseangebote.

Konzentrationsprozess in der Touristik legt Atempause ein

Der seit einigen Jahren zu beobachtende Konzentrationsprozess in der deutschen und europäischen Touristik, der eine grundlegende Strukturveränderung für den deutschen Reisemarkt bedeutete, hat nach großer Dynamik eine Atempause eingelegt.

Eine Reihe von Zusammenschlüssen seit 1997/98 hatte drei integrierte Touristikkonzerne entstehen lassen, die grenzüberschreitend expandierten und nunmehr auch europaweit zu den führenden Gesellschaften zählen. Auf dem inländischen Markt für Flugpauschalreisen haben die drei größten Reiseveranstalter mit zusammen 75 % Marktanteil eine überragende Stellung. Darüber hinaus bestehen Verflechtungen der Konzerne untereinander in Gemeinschaftsunternehmen, vor allem auf der Vertriebsseite.

Durch die Zusammenschlüsse haben sich die Marktstrukturen in Deutschland in den letzten Jahren merklich verengt. Infolge der vertikalen Integration auf dem Touristikmarkt hat die Zahl der unabhängigen Reisebüros – dem nach wie vor wichtigsten Vertriebskanal – rapide abgenommen. Nach Einschätzung des Bundeskartellamtes hat diese Wettbewerbssituation die Marktzutrittschancen für mittelständische bzw. neue Veranstalter spürbar eingeschränkt.

Branchenweite Nachfrageeinbrüche, die der Flugpauschaltourismus vor allem seit den Terroranschlägen seit dem 11. September 2001, aber auch infolge von Krieg und Angst vor ansteckenden Krankheiten (SARS) hinnehmen musste, hat die Dynamik der wirtschaftlichen Erholung, aber auch der Restrukturierung der Touristikbranche zunächst zum Erliegen gebracht. Branchenweit war 2001/2002 das Pauschaltouristikgeschäft in Deutschland im Vergleich zu den Auslandsmärkten der deutschen Großveranstalter besonders schwach.

In diesem wirtschaftlich schwierigen Umfeld suchen die führenden Anbieter verstärkt nach Produktinnovationen und alternativen Vertriebswegen, um neue Kundengruppen zu erschließen. Dies kommt wiederum dem Wettbewerb unter den Oligopolisten zugute.

Wachstumspotenziale werden offenbar vor allem im Niedrigpreissegment des Pauschaltourismus gesehen. Aber auch eine Individualisierung der klassischen Pauschalreise (Baustein-Konzept) stellt eine Neuorientierung dar. Besonders prominent ist in der krisengeschüttelten Marktphase seit Herbst 2001 die Suche nach neuen Vermarktungsformen und Absatzwegen.

2.3 Luftverkehrsbranche

Weltweit befindet sich die Luftverkehrsbranche in ihrer bisher schwersten Krise. Das bis zum Jahr 2000 anhaltende stetige Wachstum des Luftverkehrsaufkommens wurde insbesondere durch die Ereignisse des 11. September 2001 und die schwache Konjunktur gebremst.

Die Zahl der Fluggäste (Ein- und Aussteiger) auf den 17 deutschen internationalen Verkehrsflughäfen sank im Jahr 2001 um 2,6 % auf 137,9 Millionen und im Jahr 2002 um 3,2 % auf 133,5 Millionen. Das Jahr 2003 ist zudem von den Auswirkungen des Irakkrieges und der SARS-Lungenkrankheit geprägt, die ihrerseits auf einigen ertragreichen Märkten das Passagieraufkommen haben sinken lassen.

Demgegenüber hat das verstärkte Angebot der so genannten Billigfluggesellschaften in Konkurrenz zu den etablierten Unternehmen insbesondere auf dem innerdeutschen Markt zum Ansteigen der Passagierzahlen geführt. Von dem angebotenen Punkt-zu-Punkt-Verkehr profitieren namentlich die Regionalflughäfen mit dynamischen Entwicklungen. Mittel- bis langfristig gehen Prognosen von einem Marktanteil der Billigfluggesellschaften von 20 bis 25 % aus.

Unabhängig von der gegenwärtigen Situation wird bis zum Jahre 2015 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate der Luftfahrt von etwa 4,1 % gerechnet.

(Die übrigen Verkehrsträger werden im Abschnitt „Tourismus und Verkehr“ behandelt.)

2.4 Campingtourismus

Das Marktsegment Camping und Caravaning ist durch eine große Datenunsicherheit gekennzeichnet. So weist das Statistische Bundesamt 2 563 Campingplätze mit insgesamt 197 745 Stellplätzen aus. Eine Studie des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München (dwif) kommt hingegen auf rd. 5 800 Campingplätze mit über 970 000 Stellplätzen. Entsprechend differieren die Übernachtungszahlen auf Campingplätzen zwischen 21 Mio. (Statistisches Bundesamt) und 56 Mio. Laut dwif generieren diese 56 Mio. Übernachtungen mit durchschnittlich 26,90 Euro Tagesausgaben einen Bruttoumsatz von 1,5 Mrd. Euro. Das Statistische Bundesamt weist für 2002 gegenüber dem Vorjahr einen leichten Rückgang der Übernachtungszahlen von – 0,6 % aus. In 2001 war noch ein Plus von 1,0 % erzielt worden. Wesentlicher Grund für die unterschiedlichen Zahlen ist, dass nach dem Beherbergungsstatistikgesetz Dauercampingplätze und damit Dauerstellplätze nicht erfasst werden.

Vor diesem Hintergrund hat der Deutsche Tourismusverband (DTV) eine vom BMWA finanziell geförderte neue Studie zum Wirtschaftsfaktor Campingtourismus in Auftrag gegeben, die bis Sommer 2003 das Volumen von Angebot und Nachfrage erfassen und Umsatz, Einkommen und Beschäftigtenzahlen ermitteln soll. Dabei sollen auch Reisemobiltourismus und Dauercamping sowie Kleincampingplätze – etwa auf Bauernhöfen oder als Nebenbetrieb von Hotels – berücksichtigt werden.

Zunehmende Bedeutung gewinnt der Wohnmobiltourismus. Kennzeichnend für diesen Bereich – in Deutschland gibt es derzeit rd. 500 000 zugelassene Wohnmobile – ist ein vielfach anderes Reiseverhalten mit der Nutzung von Stellplätzen außerhalb von Campingplätzen.

Gemeinden und Private, wie etwa Restaurant- und Freizeitparkbetreiber, tragen dem durch ein direkt oder indirekt entgeltpflichtiges Stellplatzangebot Rechnung. Was einerseits wirtschaftlich und ökologisch für Kommunen sinnvoll ist – Nutzung dieses Gästepotenzials zugunsten der lokalen Wirtschaft unter Vermeidung „wilder“ Entsorgung – kann andererseits zu einer Konkurrenz für gewerbliche Campingplatzbetreiber führen. Vielfach begegnen Campingplätze dem inzwischen durch Ausweisung separater, kostengünstiger Stellplätze „vor der Schranke“ für Wohnmobile.

In Zusammenarbeit mit dem Verband Deutscher Wohnwagen- und Wohnmobilhersteller (VDHW), dem Deutschen Caravanhandels Verband (DCHV), dem Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland (BVCD) und dem Allgemeinen Deutschen Automobilclub (ADAC) hat der Deutsche Tourismusverband (DTV) eine Planungshilfe herausgegeben, die verlässliche Empfehlungen zu Anlage und Ausstattung von Wohnmobilstellplätzen außerhalb von Campingplätzen liefert.

2.5 Heilbäder und Kurorte

Auf die Heilbäder und Kurorte entfallen rd. ein Drittel der gewerblichen, statistisch erfassten Übernachtungen in Deutschland.

In den Jahren von 1999 bis 2002 hat die Zahl der übernachtenden Besucher in den hochprädikatisierten Heilbädern und Kurorten (Mineral- und Moorheilbäder, Heilklimatische Kurorte, Seeheil- und Seebäder, Kneippheilbäder und Kneippkurorte) um insgesamt 1,09 Mio. Ankünfte zugelegt. Sie lag im Jahr 2002, trotz eines 1%igen Rückganges gegenüber dem Vorjahr, noch bei 16,725 Mio. Patienten und Gästen. Dabei verzeichneten die Seeheil- und Seebäder mit + 12 % den stärksten Zuwachs (+ 573 000). Aber auch die Mineral- und Moorheilbäder konnten ihre markante Stellung als touristische Destinationen mit einem Zuwachs um 428 500 Gästeankünfte gut behaupten.

Das Gesamtergebnis von über 100 Mio. Übernachtungen in den Heilbädern und Kurorten besagt noch nichts über die Einzelentwicklung der Orte und ihrer Leistungserbringer. Es zeigt jedoch die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Branche und bestätigt den langfristigen Trend, dass immer mehr Menschen touristische Aufenthalte unter Aspekten ihrer Gesundheit durchführen. Dabei spielt der Wandel des demographischen Aufbaus der Bevölkerung eine Rolle. Aber auch bei den jüngeren Jahrgängen zeigt sich eine deutliche Zunahme an gesundheitsorientierten bzw. gesundheitsfördernden Urlaubs- und Kurzzeitaufenthalten, für die viele Kurorte spezielle Programme aufgelegt haben.

Nach Schätzungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München (dwif) ergibt sich allein aus den rd. 35,5 Mio. Klinik- und 68,5 Mio. amtlich registrierten Privat-Übernachtungen ein Umsatz von 10,3 Mrd. Euro. Hinzu kommen die Ausgaben von Tagesgästen, die auf durchschnittlich rd. 56 Euro pro Person geschätzt werden. Der Deutsche Heilbäderverband geht davon aus, dass der Kurorttourismus direkt oder indirekt insgesamt rd. 400 000 Vollzeitarbeitsplätze schafft.

3 Die Beschäftigungssituation

Die Zahl der Beschäftigten im Bereich des Tourismus lässt sich nicht exakt ausweisen, da touristische Leistungen in vielen Wirtschaftszweigen erbracht werden, in denen gleichzeitig auch Leistungen erbracht werden, die nicht zum Tourismus zählen. Um einen Gesamtüberblick über die wirtschaftliche und beschäftigungspolitische Bedeutung des Tourismussektors zu gewinnen, hat das BMWA die Erstellung eines Tourismussatellitenkontos in Auftrag gegeben.

Die großen Beschäftigungsblöcke entstehen in den Wirtschaftszweigen Gastgewerbe und Verkehr. Aber nur bestimmte Teile des Wirtschaftszweigs Verkehr können dem Tourismus zugeordnet werden. Die Trennlinien für Untergruppen der Beschäftigtenstatistik folgen aber nicht dem Nachfragezweck, sodass keine touristische Aufschlüsselung vorliegt. Größter Einzelarbeitgeber im Verkehrssektor bleibt zweifellos die Deutsche Bahn AG mit insgesamt über 200 000 Beschäftigten. Die Lufthansa AG steuert rd. 94 000 Arbeitsplätze bei.

Laut Bundesanstalt für Arbeit waren im Gastgewerbe zum 30. Juni 2002 insgesamt 796 000 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Außerdem gab es 350 000 geringfügig entlohnt Beschäftigte. Der Anteil der Beschäftigten im Gastgewerbe an allen Beschäftigten hat seit 1998 sowohl bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten als auch bei den geringfügig entlohnt Beschäftigten leicht zugenommen. Bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stieg er von 2,6 % auf 2,9 % in 2002, bei den geringfügig entlohnt Beschäftigten von 8,3 % (im Jahr 1999) auf 8,4 % in 2002 (vgl. Tabellen 1 und 2).

Mit der Heraufsetzung der Entgeltgrenze für geringfügig Beschäftigte zum 1. April 2003 – wie auch vonseiten des Gastgewerbes angemahnt – bestehen gute Chancen, dass sich die Beschäftigungssituation in diesem Bereich weiter verbessert.

Der Anteil der im Gastgewerbe beschäftigten Frauen an allen im Gastgewerbe Beschäftigten hat sowohl bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten als auch bei den geringfügig entlohnt Beschäftigten leicht abgenommen, obwohl in der gesamten Wirtschaft der Anteil der beschäftigten Frauen gestiegen ist.

In Deutschland ist der Anteil der im Gastgewerbe beschäftigten Personen niedriger als in vielen anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Im Durchschnitt aller 15 Mitgliedstaaten betrug der Anteil der im Gastgewerbe abhängig Erwerbstätigen an allen abhängig Erwerbstätigen im Jahr 2001 3,6 %, während er in Deutschland 2,8 % betrug (s. Tabelle 3).

Für Reiseveranstalter und Reisebüros zählt die Bundesanstalt für Arbeit zusammen rd. 80 000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; eine große Zahl Selbstständiger in dieser Branche wäre hinzuzurechnen, um die Erwerbstätigen insgesamt zu erfassen.

Tabelle 1

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen am 30. Juni des Jahres, in 1 000

Wirtschaftszweige		1998	1999	2000	2001	2002
Insgesamt:	insg.	27 207,8	27 482,6	27 825,6	27 817,1	27 571,1
	weibl.	11 947,1	12 059,1	12 281,7	12 372,5	12 391,7
darunter Verkehr und Nachrichtenübermittlung	insg.	1 441,1	1 467,7	1 511,8	1 546,1	1 520,9
	weibl.	425,9	425,0	440,4	454,8	446,5
Gastgewerbe	insg.	696,2	738,9	768,8	782,1	795,6
	weibl.	409,4	434,3	449,9	455,1	460,9
davon: Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Hotel Garnis	insg.	202,2	206,8	213,0	217,3	218,5
	weibl.	128,4	131,5	135,2	137,6	138,3
sonstiges Beherbergungsgewerbe	insg.	27,3	27,4	28,0	27,9	28,0
	weibl.	19,6	19,6	20,0	19,9	19,9
Restaurants, Cafés, Eisdielen, Imbisshallen	insg.	372,1	398,9	413,6	418,4	426,1
	weibl.	202,2	217,4	223,8	224,8	226,9
sonstiges Gaststättengewerbe	insg.	32,4	37,8	39,6	39,7	40,7
	weibl.	17,4	20,6	21,4	21,2	21,9
Kantinen und Caterer	insg.	62,3	68,0	74,7	78,8	82,3
	weibl.	41,9	45,1	49,5	51,7	54,0

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit

Tabelle 2

Geringfügig entlohnt Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen am 30. Juni des Jahres, in 1 000

Wirtschaftszweige		1999	2000	2001	2002
Insgesamt	insg.	2 873,1	4 052,4	4 131,8	4 169,2
	weibl.	2 055,5	2 873,1	2 913,9	2 927,1
darunter: Verkehr und Nachrichtenübermittlung	insg.	144,0	210,6	224,4	232,3
	weibl.	67,1	97,3	102,0	103,8
Gastgewerbe	insg.	237,2	329,6	339,2	349,7
	weibl.	178,5	247,3	253,9	259,2
davon: Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Hotel Garnis	insg.	39,4	53,8	55,0	54,8
	weibl.	32,1	43,7	44,7	44,4
sonstiges Beherbergungsgewerbe	insg.	5,5	7,8	8,2	8,2
	weibl.	4,4	6,1	6,4	6,3
Restaurants, Cafés, Eisdielen, Imbisshallen	insg.	146,8	202,0	207,5	214,6
	weibl.	109,1	150,8	154,6	158,4
sonstiges Gaststättengewerbe	insg.	27,6	38,9	39,3	41,2
	weibl.	20,4	28,5	28,7	29,6
Kantinen und Caterer	insg.	18,0	27,0	29,2	30,9
	weibl.	12,5	18,3	19,6	20,5

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit

Tabelle 3

Abhängig Erwerbstätige im Gastgewerbe in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union

Land	Abhängig Erwerbstätige		Anteil der abhängig Erwerbstätigen im Gastgewerbe an allen Erwerbstätigen
	insgesamt	darunter: im Gastgewerbe	
	in 1 000		in Prozent
EU 15	135 914	4 827	*3,6*
Belgien	3 424	71	*2,1*
Dänemark	2 476	60	*2,4*
Deutschland	32 461	916	*2,8*
Griechenland	2 358	151	*6,4*
Spanien	12 692	687	*5,4*
Frankreich	21 097	614	*2,9*
Irland	1 406	88	*6,3*
Italien	15 411	478	*3,1*
Luxemburg	172	6	*3,5*
Niederlanden	7 132	234	*3,3*
Österreich	3 200	159	*5,0*
Portugal	3 625	172	*4,7*
Finnland	2 091	70	*3,3*
Schweden (1)	3 668	93	*2,5*
Großbritanien	24 701	1 037	*4,2*

(1) 2000
Quelle: Europäische Arbeitskräfteerhebung 2001, Eurostat

4 Trends im Tourismus

Die Tourismuswirtschaft unterliegt nicht nur längerfristigen Strukturveränderungen im Nachfrageverhalten und in der Angebotslandschaft. Sie ist, wie die jüngste Entwicklung belegt, auch besonders anfällig für exogene Faktoren wie Krieg, Terrorismus und Epidemien.

4.1 Sicherheitsbewusstsein ist geschärft

Sicherheit hat schon immer eine wesentliche Rolle bei der subjektiven Entscheidung über Reiseziele gespielt. Seit dem 11. September 2001 hat das Thema zentrale Bedeutung erlangt. Terroristische Organisationen bedienen sich des Tourismus als wehrloses Ziel, um die Destination wirtschaftlich zu destabilisieren und/oder eine internationale Botschaft zu verbreiten. Durch die tragischen Terroranschläge auf touristische Ziele u. a. in Djerba, Bali und Mombasa hat sich das Sicherheitsbewusstsein bei den Reisenden und den Veranstaltern weiter verstärkt. Der Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) zufolge steht bei den Deutschen die persönliche Sicherheit als wichtigster Aspekt bei der Zielgebietswahl auf Platz 1 – vor dem so genannten „Preis-Leistungs-Verhältnis“. Die Erwartung gilt für die gesamte Reise und richtet sich somit an alle Glieder der touristischen Wertschöpfungskette: Reisebüro, Veranstalter, Fluglinien, Hotels, Agenturen und Komplementäranbieter.

Die großen integrierten Tourismuskonzerne verfügen über eigene Krisenpläne und können kurzfristig Krisenstäbe einberufen. Auch viele kleinere Reiseveranstalter haben Sicherheitsbeauftragte ernannt. Der Deutsche Reisebüro- und Reiseveranstalter-Verband (DRV) hat ein Krisenmanagement-Konzept für die Branche beschlossen, das präventive und reaktive Elemente beinhaltet und ggf. auch die aktive Mitarbeit in den Krisenstäben des Auswärtigen Amts umfasst. Für die bedeutenden Zielgebiete gibt es Evakuierungspläne. Grundsätzlich vermeiden die deutschen Reiseveranstalter, bekannte Risikoziele überhaupt anzubieten. Daneben zeigen sie sich kulant bei Umbuchungswünschen in außergewöhnlichen Situationen. Auch die Welttourismusorganisation (WTO, Madrid) hat einen Ausschuss gebildet, der sich eingehend mit Krisenmanagement befasst. Besonders gravierende Auswirkungen, wenn auch nur kurzfristiger Natur, ergaben sich aus dem Irakkrieg im Frühjahr 2003 und dem etwa zeitgleichen Ausbruch des schweren Atemwegssyndroms SARS, die zur Meidung ganzer Regionen nicht nur durch Urlauber, sondern auch durch Geschäftsreisende führten.

4.2 Weltweit legt der Tourismus weiter zu

Die WTO geht in ihrer Studie „Tourism 2020 Vision“ davon aus, dass die Zahl der Touristenankünfte weltweit von 457,2 Mio. (1990) auf 1 561,1 Mio. (2020) zunimmt, d. h. mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von rd. 4 % wächst.

Auch wenn diese Studie im Jahr 2000, also vor den Ereignissen des 11. September, veröffentlicht wurde, ist sie in ihren langfristigen Aussagen hierdurch vermutlich kaum beeinträchtigt, da sich militärische, politische oder soziale

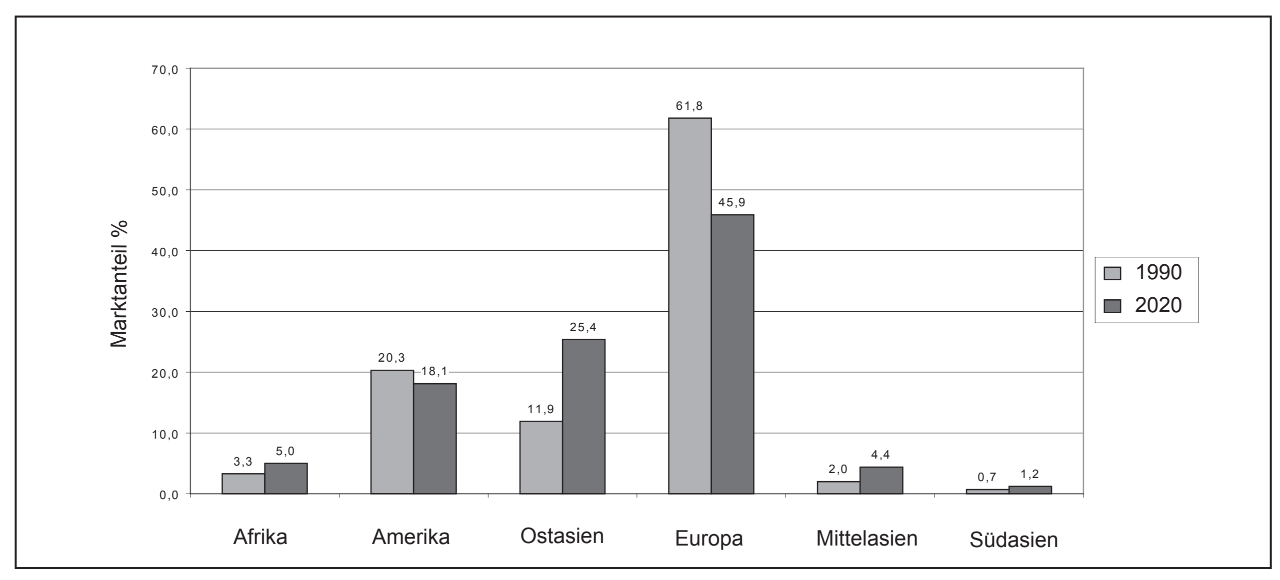
Krisen in der Vergangenheit meist nur vorübergehend auf das Reiseverhalten ausgewirkt haben.

Die wichtigsten Faktoren für dieses Wachstum sind die Entwicklung von verfügbarem Einkommen und freier Zeit. Hiermit erklären sich auch die von der WTO prognostizierten regionalen Verlagerungen der Touristenströme:

Da die Zahl der Touristenankünfte in Europa im Vergleich zum weltweiten Wachstum mit rd. 3 % jährlich unterdurchschnittlich zunehme, gehe der Anteil Europas am weltweiten Tourismus bis 2020 von 61,8 % (1990) auf 45,9 % (2020) zurück, wohingegen der Anteil Ostasiens von 11,9 % auf 25,4 % steige.

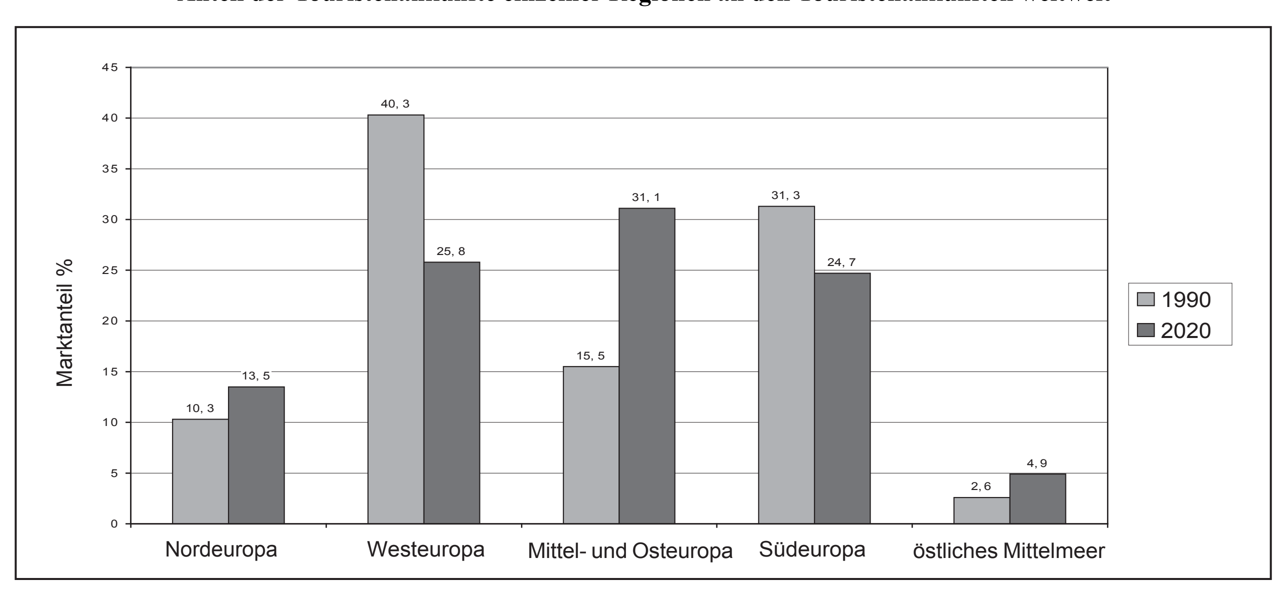
Hierbei seien die Regionen Europas jedoch in sehr unterschiedlichem Maße betroffen. Den stärksten Rückgang werde West- und Südeuropa zu verzeichnen haben, während Mittelost- und Südosteuropa überdurchschnittliche Wachstumsraten der Touristenströme und somit steigende Anteile erwarten dürfe.

Anteil der Touristenankünfte einzelner Regionen an den Touristenankünften weltweit



Quelle: World Tourism Organization: Tourism 2020 Vision, Part 4, 2000

Anteil der Touristenankünfte einzelner Regionen an den Touristenankünften weltweit



Quelle: World Tourism Organization: Tourism 2020 Vision, Part 4, 2000

Die Prognose der WTO über das weltweite Wachstum der Touristenankünfte und den sinkenden Anteil Europas wird seitens einiger Länder der EU oft als Begründung dafür angeführt, dass Marketingmaßnahmen für die Destination Europa als Ganzes ergriffen werden müssten, um diesen Rückgang aufzuhalten. Hierbei wird jedoch übersehen, dass es sich um einen relativen Rückgang handelt, während die absoluten Zahlen weiterhin stark ansteigen. Zudem bezieht sich die globale WTO-Prognose nicht auf die gegenwärtige EU, sondern auf das geographische Europa. Die Verlagerung der Touristenankünfte von West- und Südeuropa in die Beitrittsländer, die eine unmittelbare Folge der Grenzöffnung und des Reformprozesses sind, ließen sich durch gemeinschaftliche Marketingaktivitäten nicht aufhalten.

4.3 Reisende Senioren werden zahlreicher

Unter den sich abzeichnenden strukturellen Veränderungen auf der touristischen Nachfrageseite spielt die sich verändernde Altersstruktur der Gesellschaft eine besondere Rolle. Sie wirkt sich förderlich sowohl auf das Marktsegment Gesundheits- und Wellness-Tourismus als auch auf die Nachfrage nach barrierefreien Reise- und Urlaubsangeboten aus.

Der überwiegende Teil der Seniorinnen und Senioren von heute ist gesund und aktiv, vielfältig interessiert und gestaltet seine Freizeit aktiv nach eigenen Wünschen. Hierzu gehören auch Urlaubsreisen. So hat der Reisemarkt für Senioren in den letzten Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen.

Während laut einer Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen der Anteil derjenigen über 60-Jährigen, die mindestens einmal im Jahr eine längere Urlaubsreise machen, 1972 noch bei 41 Prozent lag, prognostiziert ein Gutachten der Deutschen Bahn AG einen Anstieg der Reiseintensität der Senioren auf 74 Prozent in den kommenden Jahren. Erhebungen der Deutschen Bahn AG zufolge unternahmen im Jahr 1998 11,7 Mio. Seniorinnen und Senioren 16,2 Mio. Urlaubsreisen – und damit 25,6 Prozent der Urlaubsreisen insgesamt.

Seniorenhaushalte verwenden über 4 % ihrer Gesamtausgaben für Pauschalreisen (alle deutschen Haushalte 3 %). Mit 545 Euro pro Reise nehmen sie die Spitzenposition bei den Reiseausgaben ein.

Im Vergleich zur jüngeren Generation bevorzugen Senioren Reiseziele mit einer kürzeren Entfernung zum Heimatort. Ihre Vorliebe für Inlandsreisen kommt dem Deutschland-Tourismus und damit großen Teilen der deutschen Tourismuswirtschaft zugute. Bevorzugte Reiseziele im Ausland sind Österreich und Spanien (Mallorca).

In Zukunft werden die älteren Menschen in der deutschen Gesellschaft und Wirtschaft eine noch bedeutendere Rolle spielen als dies bislang der Fall ist. Prognosen gehen davon aus, dass bis zum Jahr 2030 die Zahl älterer Menschen (60 Jahre und älter) von heute etwa 17 Mio. auf ca. 26,4 Mio. Menschen steigen wird. Ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung wird sich somit von rd. 20 % auf rd. 36 % erhöhen. Durch die demographischen Verschiebungen in der Gesellschaft gewinnt die Bevölkerungsgruppe der älteren Menschen an Bedeutung für den Wirtschaftszweig Tourismus.

Die Schaffung von barrierefreien Angeboten käme nicht nur Menschen mit Behinderungen, sondern auch den älteren Menschen und Familien mit Kleinkindern entgegen. Hierdurch können auch gemeinsame Urlaubsaktivitäten verschiedener Generationen ermöglicht werden.

4.4 „Barrierefreier Tourismus“ birgt Potenzial

Menschen mit Behinderungen sind als touristische Zielgruppe von der Tourismuswirtschaft noch nicht in vollem Umfang erkannt. Zwar gibt es ein begrenztes Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten, die insbesondere auf die Bedürfnisse von Rollstuhlfahrern abgestimmt sind, jedoch wirken sich die vorhandenen baulichen und sozialen Barrieren sowie die fehlenden Leit- und Orientierungssysteme dämpfend auf die Reiselust der Betroffenen aus.

Dieser sowohl für die Betroffenen wie die Tourismuswirtschaft und die Gesamtgesellschaft unbefriedigende Zustand dürfte nicht zuletzt auf die unzureichende Datenlage zurückzuführen sein. Die amtliche Statistik erfasst nur die Gruppe der Schwerbehinderten nach dem Schwerbehindertengesetz, die derzeit 6,7 Mio. Menschen bzw. 8,1 % der Bevölkerung umfasst. Die Gruppe der Menschen mit „Mobilitätseinschränkungen“ ist jedoch weit größer, da hierzu auch Menschen gehören, die nicht als Schwerbehinderte anerkannt sind. Besonders groß ist dieser Anteil in der Gruppe der älteren Menschen, die bereits unter den Schwerbehinderten rd. 50 % ausmachen. Weil der Anteil älterer Menschen stetig zunimmt, wächst im Gleichschritt auch der Anteil von Menschen, die sich in ihrer Mobilität und beim Reisen behindert sehen.

Als im weitesten Sinne mobilitätseingeschränkt müssen letztlich auch diejenigen angesehen werden, deren Beschränkung nur temporär ist wie z. B. bei Unfallopfern oder Eltern mit Kinderwagen. In dieser weiten Definition dürfte die Zahl der Reisenden mit Mobilitätseinschränkungen in Deutschland daher die Zahl der Schwerbehinderten um das Zwei- bis Dreifache übersteigen.

Bislang liegen für Deutschland keine gesicherten statistischen Daten über das Reiseverhalten von Menschen mit Behinderungen vor. Bisherige Aussagen zum Thema stützen sich in der Regel auf die von der Bundesregierung 1998 und 1999 in Auftrag gegebenen Studien, darunter „Tourismus für behinderte Menschen, Angebotsplanung, Angebotsumsetzung und Öffentlichkeitsarbeit“ und „Reisen für behinderte Menschen“.

Aktuelle Erkenntnisse zu den Urlaubsmotiven und -interessen mobilitätsbehinderter Menschen in Deutschland bietet die Reiseanalyse 2003: Daraus geht u. a. hervor, dass die Reiseintensität mobilitätseingeschränkter Menschen im vergangenen Jahr mit 54,3 % deutlich niedriger lag als im Durchschnitt der Bevölkerung (75,3 %).

Das BMWA hat daraufhin im Jahr 2003 – zugleich als Beitrag zum EU-Jahr der Menschen mit Behinderungen – die wirtschaftlichen Effekte eines barrierefreien „Tourismus für Alle“ untersuchen lassen. Vorläufige Ergebnisse deuten darauf hin, dass die vorhandenen Barrieren zu einem spürbaren Ausfall an Nachfrage führen: Etwa 40 % der rd. 4 000 Befragten gaben an, dass sie aufgrund zu großer Barrieren schon einmal auf eine Reise verzichtet hätten und über 50 % erklärten, dass sie bei geringeren Barrieren häufiger verreisen würden.

Während Menschen mit Behinderungen sich hinsichtlich der Urlaubswünsche kaum von der Gesamtbevölkerung unterscheiden, geht aus der Reiseanalyse 2003 hervor, dass sie eher deutsche Reiseziele bevorzugen als der Durchschnitt der deutschen Reisenden. Durch eine verstärkte Orientierung an einem barrierefreien Tourismus für Alle könnten sich somit gerade für deutsche Destinationen wirtschaftliche Vorteile ergeben. Notwendige Voraussetzung hierfür ist al-

lerdings, dass die gesamte touristische Leistungskette in die Überlegungen zur Angebotserweiterung einbezogen und berücksichtigt wird, dass behinderte Reisende keine Spezialangebote im Sinne eines „Behindertentourismus“ suchen, sondern im Sinne des „Tourismus für Alle“ dieselben Angebote wahrnehmen möchten.

4.5 Naturnaher Tourismus liegt im Trend

Zunehmendes Umweltbewusstsein in Deutschland – gefördert und verstärkt durch vielfältige nationale und internationale Aktivitäten und Verlautbarungen zum Ökotourismus und zur Nachhaltigkeit – und der Wunsch nach aktiver, erlebnis- bzw. erholungsorientierter Freizeitgestaltung haben zu einem erkennbaren Trend zu naturnahen Urlaubsformen geführt: Wanderurlaub, Wassertourismus, Fahrradreisen, Urlaub in Naturparken sind nur einige Ausprägungen dieses Trends, bei dem das Naturerlebnis im Vordergrund steht.

Umfragen des Europäischen Reisemonitors zufolge steht das Interesse an Landschaft und Natur als Urlaubsmotiv bei europäischen Deutschlandurlaubern an dritter Stelle. Landschaft und Natur erleben gehört für 74 % der deutschen Urlauber in den inländischen Feriengebieten zu den wichtigsten Urlaubsinhalten. Naturnahe Erholung finden Deutschlandreisende in 13 Nationalparken, 14 Biosphärenreservaten und mehr als 90 Naturparken, wobei die Nationalparke mit 48 Mio. Übernachtungen von in- und ausländischen Gästen ein großes Besucherpotenzial darstellen. Von dieser Entwicklung im Nachfrageverhalten dürfte der Inlandstourismus, und hier insbesondere der ländliche Tourismus profitieren.

Auch mit seinem Marktsegment „Urlaub auf dem Bauernhof“ verzeichnet der ländliche Tourismus Zuwächse. Etwa 25 000 landwirtschaftliche Betriebe in Deutschland bieten Urlaub auf dem Bauernhof an. Die Übernachtungen sind in den letzten zehn Jahren von 12 auf rd. 26 Mio. gestiegen.

Nach der vom Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) in Auftrag gegebenen Reiseanalyse interessierten sich 2002 rd. 6,4 Mio. Deutsche (10 % der Bevölkerung ab 14 Jahre) für einen Bauernhofurlaub in den Jahren 2002 bis 2004 (allerdings waren es in den Jahren 1997 bis 1999 noch rd. 9,2 Mio. gewesen). Angesichts der Tatsache, dass in den Jahren 1999 bis 2001 insgesamt lediglich 1,9 Mio. Personen tatsächlich einen Bauernhofurlaub verbracht haben, zeigt sich hier ein noch nicht erschlossenes Marktpotenzial.

Nach einer statistischen Schätzung betrugen die Gesamtausgaben der Bauernhofurlauber im Jahr 2001 rd. 1 100 Mio. Euro.

Die vorgenannte Reiseanalyse lässt in dem Segment „Urlaub auf dem Bauernhof“ insbesondere auf Wachstumspotenziale bei bestimmten Zielgruppen schließen, z. B. bei Haushalten mit mittleren Einkommen sowie mit Kindern bis 13 Jahren, bei Personen mittleren Alters zwischen 30 und 49 Jahren, bei Interessenten für eine Ferienwohnung sowie bei erholungs-, natur- und gesundheitsorientierten Personen. Zunehmend spielen bei der Urlaubswahl kulturelle und sportliche Aktivitäten, die Nutzung von Freizeit-/Vergnügungsparks und Gesundheits-/Kureinrichtungen sowie spezielle/attraktive Urlaubsangebote, wie z. B. Wellness-Urlaub oder Schlafen im Heu, eine Rolle.

Zum Ausbau des ländlichen Tourismus in Form des Urlaubs auf dem Bauernhof sind u. a. angezeigt:

– eine markt-/kundenorientiertere Gestaltung der regionalen touristischen Angebote und ein besseres überregionales Kooperieren der touristischen Anbieter;
– eine marktstrategische Konzentration der Anbieter auf erfolgversprechende Zielgruppen und auf Stammkunden, auch mit speziellen Kurzurlaubs- bzw. Pauschalangeboten.

Wassertourismus

Wegen der Vielzahl von touristisch reizvollen Binnen- und Küstengewässern gewinnen Wassersport und Tourismus an Bedeutung. Die Bundeswasserstraßen mit einer Länge von fast 7 500 km und die mit ihnen verbundenen Landesgewässer bilden ein Wasserwandernetz von etwa 10 000 km Länge. Hinzu kommen noch viele Fließgewässer, die nur mit Kanus und Ruderbooten befahrbar sind. Die Bundesrepublik Deutschland gehört somit zu den attraktiven Wassersportrevieren in Europa.

Zu den „Freizeitwasserstraßen“ des Bundes gehören u. a. die ostfriesischen Gewässer um die Ems, Oberweser mit Fulda und Werra, Aller, Obere Saale, Lahn sowie die ostdeutschen Reviere in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. Die Küstengewässer von Nord- und Ostsee mit einer Fläche von 23 000 km² sowie Eider, Stör, Oste, Peene und die Boddengewässer haben seit jeher einen hohen Stellenwert im Wassertourismus.

Nach Schätzungen gibt es über 5 Mio. Wassersportler in Deutschland, etwa 17 Mio. Bundesbürger sind dem Wassersport zugetan. Die Zahl der Boote wird auf rd. 400 000 Schiffe (ohne Ruder- und Kanuboote) geschätzt. Zusammen ergibt sich eine Zahl von etwa 750 000 Booten. Die Zahlen belegen, dass der Wassersport in Deutschland ein Breitensport geworden ist. Die direkten Umsatzzahlen der Wassersportbranche liegen bei rd. 1,7 Mrd. Euro im Jahr.

Die Anzahl der Fahrgastschiffe im Binnenbereich beträgt rd. 900 Einheiten mit etwa 230 000 Sitzplätzen. Hinzu kommen noch 34 Fahrgastkabinenschiffe mit 3 300 Betten. Diese Sparte erfreut sich steigender Beliebtheit. An Nord- und Ostsee sind neben den Fahrgast- und Kreuzfahrtschiffen noch die Inselfähren und Fischereischiffe zu nennen, die die Küstengewässer erschließen.

Der Wassertourismus in der Bundesrepublik entwickelt sich langsam zu einem eigenständigen Angebotssegment und ist vielfach ein wesentlicher Standortfaktor, von dem wichtige Impulse für neue Arbeitsplätze ausgehen. Beispielsweise hat das kommerzielle Charterangebot für Motor- und Segelboote in den letzten Jahren stark zugenommen, nicht zuletzt durch die Einführung eines probeweisen „Charterscheins“, mit dem Charterboote quasi „führerscheinfrei“, allerdings mit verschiedenen Einschränkungen, auf dafür geeigneten Wasserstraßen gefahren werden dürfen.

4.6 Neue Medien erobern die Tourismuswirtschaft

Kaum eine andere Technologie hat in den letzten Jahren solche dramatischen Änderungen mit sich gebracht wie die elektronischen Medien und hierbei insbesondere das weltumspannende Internet. Der elektronische Geschäftsverkehr (E-Business) gehört zu den bedeutendsten Anwendungsgebieten der neuen digitalen Informations- und Kommunikationstechniken.

Die Möglichkeiten der globalen Kommunikation in weltweiten Netzen eröffnen den Unternehmen völlig neue geschäftliche Perspektiven. Die Strukturen von Märkten, die Geschäftsprozesse in den Unternehmen und innerhalb der Wertschöpfungskette ändern sich durch den elektronischen Geschäftsverkehr fundamental. E-Business trägt dazu bei, dass Geschäftsprozesse schneller, automatisierter und effizienter ablaufen. Die Nutzung dieser Vorteile wird zu einem entscheidenden Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft.

Die großen Tourismuskonzerne haben in den letzten Jahren erhebliche Investitionen getätigt, um den Kunden Direktbuchungen zu ermöglichen. Auch wurden neue, leistungsträgergebundene Reiseportale entwickelt. Nahezu jeder große europäische Touristikkonzern verfügt heute über Eigenvertriebskanäle durch eine Kombination von eigenen Reisebüros, eigenem Callcenter und Direktbuchungsmöglichkeiten über das Internet. Dies führte zu neuen Herausforderungen für mittelständische Tourismusunternehmen, um in diesem Wettbewerb bestehen zu können.

Das Internet hat jedoch nicht nur im Endkundenvertrieb seinen Platz gefunden. Immer mehr etabliert es sich als Arbeitsmittel innerhalb der Branche und trägt hier zur Prozess- und Kostenoptimierung bei.

4.7 „Billigflieger“ erschließen Nachfragepotenziale in der Luftfahrt

So genannte Billigflieger (auch: Low Cost Carrier oder No-frills-Airlines) haben in den letzten fünf Jahren erhebliche Bewegung in den deutschen Luftverkehrsmarkt gebracht. Ihre Verkehrsleistung hat sich in diesem Zeitraum mehr als verfünffacht. Während die „klassischen“ Linien- und Ferienfluggesellschaften vor dem Hintergrund der Terroranschläge seit dem 11. September 2001, des Krieges im Irak und der SARS-Lungenkrankheit kräftige Einbußen hinnehmen mussten, haben die Billigflieger ihr Geschäft zum Teil noch deutlich ausbauen können.

Durch die Nutzung bisher wenig frequentierter Regionalflugplätze und den Verzicht auf Zusatzleistungen erschließen die Billigflieger neue Kundenkreise, zu denen auch Reisende zählen, die zuvor noch nicht geflogen sind. Auch preissensitive Geschäftsleute steigen auf die Billiglinien um.

Ihr Anteil am Luftverkehrsmarkt in Deutschland könnte sich laut Expertenstudien und Schätzungen der Branche von gegenwärtig 5 % in einigen Jahren auf 20 bis 25 % ausweiten. Die Attraktivität des Marktes lässt weitere Neugründungen erwarten. Seit Ende 2002 ist auch einer der integrierten Touristikkonzerne mit einer eigenen Billigfluglinie am Markt. Allerdings ist mittelfristig mit Überkapazitäten und einem Verdrängungswettbewerb zu rechnen, den nach vorliegenden Studien möglicherweise nur zwei bis drei reine Billigfluglinien als große innereuropäische Anbieter bestehen werden.

Die größere Angebotsvielfalt im Luftverkehr – und zwar preislich-qualitativ wie geographisch – birgt Chancen für den Tourismus.

Teil III Tourismuspolitik der Bundesregierung in der 14./15. Legislaturperiode

1 Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft stärken

Deutschland als Reiseland, aber auch seine Tourismuswirtschaft sind dem internationalen Wettbewerb ausgesetzt. Die Deutschen gehören seit langem zu den „Reiseweltmeistern“, was den Veranstaltern und Verkehrsträgern, aber auch den im Inlandstourismus tätigen Unternehmen zugute kommt. Klimatisch zählt Deutschland nicht zu den besonders begünstigten Reisezielen. Dafür ist Deutschland traditionell eine wichtige Destination für Geschäfts-, Messe- und Kongressreisende sowie beliebtes Ziel für Kur- und Wellness-Aufenthalte.

Um die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft zu stärken, setzt die Bundesregierung sowohl im Rahmen ihrer allgemeinen Wirtschaftspolitik als auch im Rahmen der Tourismuspolitik als einem speziellen Teilbereich auf eine Stärkung der unternehmerischen Eigenverantwortung.

1.1 Tourismuspolitik als Teil der allgemeinen Wirtschaftspolitik: Bedingungen für unternehmerisches Handeln verbessern

Wirtschaftspolitische Aufgabe der Bundesregierung ist es vor allem, die notwendige Infrastruktur sowie geeignete Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln zu schaffen. Dies betrifft u. a. die Senkung der Steuerbelastung und der Lohnnebenkosten, aber auch die Beseitigung von Wettbewerbsverzerrungen und den Abbau bürokratischer Hemmnisse. Darüber hinaus profitiert die Tourismuswirtschaft von den allgemeinen wirtschaftspolitischen Initiativen der Bundesregierung, die vor allem kleinen und mittelständischen Unternehmen Hilfestellung bieten – allen voran die Mittelstandsoffensive „pro mittelstand“.

1.1.1 Mittelstandsförderung: Neue Dynamik entfachen

Die deutsche Wirtschaft wird vor allem durch ihre rd. 3,3 Mio. kleinen und mittleren Unternehmen in Handwerk, Industrie, Handel, Tourismus, anderen Dienstleistungen und Freien Berufen geprägt. Definiert als Wirtschaftseinheiten mit weniger als 500 Beschäftigten bzw. weniger als 50 Mio. Euro Umsatz tragen kleine und mittlere Unternehmen (KMUs) mit 57 % zur Bruttowertschöpfung der Unternehmen bei, schaffen knapp 70 % der Arbeits- und rd. 80 % der Ausbildungsplätze und tätigen 46 % aller Bruttoinvestitionen.

Der Tourismussektor ist in besonders hohem Maße mittelständisch geprägt. Über 90 % der in diesem Bereich tätigen

Unternehmen sind KMUs. Die Tourismuswirtschaft profitiert daher von der Mittelstandsförderung außerordentlich stark.

Eine der zentralen wirtschaftspolitischen Aufgaben der Bundesregierung ist es, neue Dynamik im und für den Mittelstand zu entfachen. Dazu wurde eine Mittelstandsoffensive für mehr Wachstum und Beschäftigung gestartet. Wesentliche Bausteine dieser Offensive „pro mittelstand“ sind eine Gründerinitiative, der Bürokratieabbau und die Sicherung der Finanzierung des Mittelstandes sowie eine Ausbildungsinitiative.

Im Rahmen der Gründerinitiative werden die Startbedingungen für Existenzgründer und Kleinunternehmen erheblich verbessert. Hierzu wird ein „small-business-act“ auf den Weg gebracht, der unter anderem eine Minimalbesteuerung und eine Minimal-Buchführungspflicht für Kleinbetriebe sowie weitere Maßnahmen zur Liberalisierung des Handwerksrechtes enthalten wird.

Mittelständische Unternehmen und Existenzgründer sind in besonderen Maße auf eine schnell und effektiv arbeitende Verwaltung und einfache Rechtsvorschriften angewiesen. Der Abbau bürokratischer Vorschriften ist eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass Innovations- und Wachstumskräfte freigesetzt werden.

Die Bundesregierung setzt deshalb alle erfolgreichen Projekte der vergangenen Legislaturperiode fort und baut sie zu einem flächendeckenden Masterplan Bürokratieabbau aus. Der beschlossene Masterplan wird die Weichen für einen umfassenden Bürokratieabbau in Deutschland stellen.

Ein weiteres Kernelement der Mittelstandsoffensive ist eine ausreichende Finanzierung des Mittelstandes. Durch die Fusion der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) und der Deutschen Ausgleichsbank (DtA) zu einem öffentlich-rechtlichen Kreditinstitut, der Mittelstandsbank, werden die Förderprogramme für den Mittelstand gebündelt und gestrafft. Für die Unternehmen entsteht hierdurch somit ein Ansprechpartner in allen Finanzierungsfragen. Zugleich werden durch die Zusammenlegung die Möglichkeiten der Unternehmen, günstige Finanzierungsmittel zu erhalten, erhöht:

- Die Hausbanken müssen ihre Aufgabe, den Mittelstand ausreichend mit Krediten zu versorgen, wahrnehmen. Sie werden darin durch eine teilweise Haftungsentlastung und durch bessere Anreize zur Durchleitung von Förderkrediten unterstützt.
- Die für Gründer und kleine Unternehmen besonders wichtige Beratung und Begleitung wird fortgesetzt. Dazu gehören das Beratungskonzept der DtA einschließlich der Runden Tische ebenso wie die telefonische Förderberatung des BMWA und die finanzielle Unterstützung von konkreten Beratungsmaßnahmen.
- Mit dem Eigenkapitalhilfeprogramm wird für Gründer und Unternehmer in der Anfangsphase eines Unternehmens quasi staatliches Risikokapital zur Verfügung gestellt und dem vielfach vorhandenen Eigenkapitalmangel abgeholfen. Grundsätzlich ist ein solches Instrument auch für kleinere Mittelständler in reiferen Unternehmensphasen notwendig, da diese keinen Zugang zu Beteiligungskapital haben.
- Junge innovative Unternehmen und Gründer leiden unter dem starken Einbruch der Venture Capital-Märkte. Mit dem Programm „BTU-Frühphase“ gibt es einen geeigneten Ansatz, innovative Gründungen auf den Weg zu bringen (BTU = Beteiligungskapital für kleine Technologieunternehmen). Es muss ergänzt werden durch eine über das BTU-Programm hinausgehende Anschlussfinanzierung auf kommerzieller Basis. Um in dem schwierigen Marktumfeld auch nach Ausschöpfung des BTU-Programms eine Anschlussfinanzierung sicherzustellen, wird über die Einrichtung von speziellen Fonds (z. B. einen Biotechnologiefonds) in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Investitionsfonds nachgedacht.
- Beteiligungskapital wird aber auch für den breiten Mittelstand immer wichtiger. KfW und DtA haben dazu Pilotprojekte – auch in Zusammenarbeit mit Ländern – entwickelt, die schon kurzfristig in die Erprobung gehen können.

Bürokratieabbau im Tourismus

Bürokratieabbau ist eine permanente Aufgabe der Politik. Gleichwohl hat sich die Bundesregierung in der 14. und 15. Legislaturperiode entschlossen, dem Abbau bürokratischer Belastungen für die Wirtschaft besondere Aufmerksamkeit zu widmen.

Unter den bereits durchgeführten Erleichterungen sind auch Maßnahmen, die speziell der Tourismuswirtschaft zugute kommen:

- Die Pflicht zur Preisangabe in Hotelzimmern wurde aufgehoben.
- Um den aufwendigen Druck von zusätzlichen Reisekatalogen anlässlich der Einführung des Euros zu vermeiden, wurde die Preisangabenverordnung so geändert, dass die Auszeichnung in Euro bereits ab dem 1. August 2001 für zulässig erklärt wurde.
- Im Rahmen der Neuordnung der Statistik über die Beherbergung im Reiseverkehr (Beherbergungsstatistikgesetz 2002) wurde auf die bisher im Abstand von sechs Jahren angeordneten Kapazitätserhebungen verzichtet.

1.1.2 Regionalpolitik: Standortnachteile und Entwicklungsrückstände ausgleichen

Die Gemeinschaftsaufgabe von Bund und Ländern „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) ist ein wichtiges Instrument zum Ausgleich von Standortnachteilen und Entwicklungsrückständen in strukturschwachen Regionen.

Die GA ist für den Tourismus von besonderer Bedeutung. Sowohl in den strukturschwachen Regionen der alten Bundesländer als auch in den neuen Ländern, die insgesamt Fördergebiet sind, partizipiert die Tourismuswirtschaft erheblich an der Investitionsförderung.

Mit Mitteln der GA können Investitionen der gewerblichen Wirtschaft, einschließlich der Tourismuswirtschaft sowie der wirtschaftsnahen Infrastruktur, z. B. Geländeerschließung für den Tourismus, öffentliche Einrichtungen des Tourismus, gefördert werden.

Die Förderung erfolgt auf der Grundlage eines von Bund und Ländern im Bund-Länder-Planungsausschuss gemeinsam aufgestellten jährlichen Rahmenplans. Der Rahmenplan enthält insbesondere die Fördergebiete, die gesetzten Ziele, die entsprechenden Maßnahmen sowie die Fördermittel. Die vom Bund zur Verfügung gestellten Mittel müssen von den Ländern in gleicher Höhe kofinanziert werden. Die Durchführung der Förderung ist Aufgabe der Länder.

Die Förderhöchstsätze für Investitionsvorhaben der gewerblichen Wirtschaft hängen ab von der Schwere der Strukturprobleme in der betreffenden Region und von der Größe des zu fördernden Unternehmens.

Im 31. Rahmenplan der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur" wurde der Höchstfördersatz für Maßnahmen der wirtschaftsnahen Infrastruktur, darunter auch touristische, auf 90 % angehoben. Das Ausschöpfen der Förderhöchstsätze liegt im Ermessen der Länder.

Zusammengefasst ergibt sich folgendes Bild.

Tabelle 4

Gewerbliche Wirtschaft: Förderung des Gastgewerbes

Bewilligungen im Zeitraum 1991 bis 2002

	Anzahl der Fälle	Investitionsvolumen in Mio. Euro	Bewilligte GA-Mittel in Mio. Euro	Dauerarbeitsplätze	
				zusätzlich	gesichert
Alte Bundesländer					
1991 bis 2002	602	829,90	92,42	3 023	2 704
01.01. bis 31.12.2002	26	36,85	5,21	140	105
Neue Bundesländer und Berlin					
1991 bis 2002	7 582	8 593,12	2 236,35	35 546	18 317
01.01. bis 31.12.2002	211	417,23	186,30	1 000	2 337

Tabelle 5

Wirtschaftsnahe Infrastruktur: Förderung des Tourismus

Bewilligungen im Zeitraum 1991 bis 2002

	Anzahl der Fälle	Investitionsvolumen in Mio. Euro	Bewilligte GA-Mittel in Mio. Euro
Alte Bundesländer			
1991 bis 2002	437	509,25	209,92
01.01. bis 31.12.2002	18	14,60	15,27
Neue Bundesländer und Berlin			
1991 bis 2002	3 322	3 772,35	2 757,28
01.01. bis 31.12.2002	142	136,24	120,58

Im Jahr 2000 hat der Arbeitskreis der Förderreferenten die Grundsätze für die Förderung von öffentlichen Einrichtungen des Fremdenverkehrs im Rahmen der GA beschlossen. Außerdem wurden förderfähige Infrastrukturprojekte in einer Positivliste zusammengefasst. Danach sind folgende Einrichtungen Basiseinrichtungen im Sinne des Rahmenplans:

- Kurhäuser, Kurparks und Häuser des Gastes;
- Kur- und Strandpromenaden;
- Informationszentren und -systeme sowie Kommunikationseinrichtungen;
- Gradierwerke.

Über die Frage der Förderwürdigkeit entscheidet das jeweilige Land im Rahmen einer Gesamtbetrachtung.

Investitionen in andere öffentliche Einrichtungen können im Rahmen der GA nur dann als touristische Infrastruktur gefördert werden, wenn sie neben den allgemeinen Fördervoraussetzungen in ein schlüssiges regionales touristisches Konzept eingebunden sind und in einer vom Land ausgewiesenen Tourismusregion bzw. in einem Fremdenverkehrsort durchgeführt werden.

Das im August 2000 neu geschaffene Förderangebot für Regionalmanagement erweist sich als wichtige Erweiterung der gemeinsamen Regionalförderung von Bund und Ländern und ist auch für die Tourismuswirtschaft von Bedeutung. 38 strukturschwache Gebiete in den neuen Bundesländern sowie Berlin, Hessen, Niedersachsen und Schleswig Holstein nutzen bislang die Möglichkeit, ihr regionales Entwicklungspotenzial verstärkt zu mobilisieren und regionale Entwicklungsaktivitäten zielgerichtet im Hinblick auf die Steigerung von Wachstum und Beschäftigung zu organisieren. Sie können hierfür in einer Anlaufphase von maximal drei Jahren Zuschüsse von bis zu 200 000 Euro pro Jahr aus der GA erhalten. Bindende Voraussetzung ist eine Eigenbeteiligung der zuständigen Kreise bzw. kreisfreien Städte von mindestens 20 Prozent.

Die Regionalmanagement-Projekte, die unter starker Beteiligung der regionalen Wirtschaft konzipiert und umgesetzt werden, umfassen die Entwicklung und Umsetzung integrierter regionaler Entwicklungskonzepte, den Aufbau regionaler Netzwerke und Kommunikationsstrukturen sowie auch die Förderung von branchenspezifischen Kompetenzzentren. Einige Projekte haben sich die Weiterentwicklung des Tourismus in der Region als wesentliches Ziel gesetzt. Als Beispiele sollen hier genannt werden die Regionalmanagements Tourismus in der Region Flensburg/Schleswig und Naturpark Thüringer Wald.

Dabei sind u. a. folgende Schwerpunkte gesetzt worden:

- die Profilierung der Region durch Schaffung einer regionalen Identität;
- ein verbessertes Regionalmarketing;
- Einbindung in überregionale Tourismusnetzwerke;
- die Errichtung von Internetplattformen;
- Vermarktung regionaler Produkte.

1.1.3 Bildungspolitik: Berufliche Qualifizierung verbessern

Die Zukunft des deutschen Mittelstandes hängt entscheidend von einer guten Bildung und Ausbildung seiner Fachkräfte ab. Die PISA Studie der OECD hat deutlich gemacht, dass sowohl Bildung als auch Ausbildung in Deutschland verbessert und den neuen Anforderungen angepasst werden müssen. Vor dem Hintergrund des in den nächsten Jahren anstehenden demographischen Wandels wird die Politik der Bundesregierung zunehmend darauf gerichtet sein müssen, mehr Personen eine gute und qualifizierte Ausbildung zu bieten, um die Beschäftigtenquote zu erhöhen.

Aufgrund ihrer vielfältigen und zahlreichen Beschäftigungs- und Ausbildungsmöglichkeiten kommt der Qualifizierung und Professionalisierung in der Tourismuswirtschaft eine besondere Bedeutung zu. Dem wird unter anderem durch ein umfangreiches Angebot an Ausbildungsberufen Rechnung getragen:

Der Tourismuswirtschaft stehen insgesamt zwölf Ausbildungsberufe zu Verfügung, zu denen sechs gastgewerbliche Berufe sowie die Berufe Reiseverkehrskaufmann/-frau, Luftverkehrskaufmann/-frau, Schifffahrtskaufmann/-frau, Kaufmann/-frau im Eisenbahn- und Straßenverkehr, Servicekaufmann/-frau im Luftverkehr und Kaufmann/-frau für Verkehrsservice zählen (vgl. Tabelle6, S. 22). Diese wurden zum Teil gerade erst modernisiert oder werden den aktuellen Entwicklungen angepasst (z. B. Speditions- und Schifffahrtskaufleute). Darüber hinaus wird gegenwärtig diskutiert, den Ausbildungsberuf „Reiseverkehrskaufmann/-frau“ zu überarbeiten sowie einen neuen Beruf für Freizeit und Tourismus zu schaffen. Aufgrund des gemeinsamen Festhaltens von Sozialpartnern und Bundesregierung am Berufskonzept sowie der bildungs- und beschäftigungspolitischen Verantwortung als Verordnungsgeber, legt das BMWA bei der Modernisierung bestehender und der Schaffung neuer Berufe vor allem im Interesse kleiner und mittlerer Ausbildungsbetriebe enge Maßstäbe an: so darf u. a. Schnelligkeit bei der Erarbeitung von Ausbildungsberufen nicht vor Qualität gehen; die Ausbildungsfähigkeit kleinerer und mittlerer Betriebe muss gewährleistet bleiben, es sollten keine Berufe mit regionaler oder einzelbetrieblicher Interessenlage auf den Weg gebracht werden, die letztlich keine breite Verwendbarkeit auf dem Arbeitsmarkt haben.

Per 31. Dezember 2002 bestanden in der gesamten Tourismuswirtschaft bundesweit rd. 104 000 Ausbildungsverhältnisse, wovon rd. 92 000 (d. h. rd. 88 %) auf das Hotel- und Gaststättengewerbe entfielen. Das ist ein Rückgang um ca. 2,9 % insgesamt, bei den Hotel- und Gaststättenberufen um 1,2 % gegenüber dem Vorjahr (vgl. Tabelle7, S. 23).

Der Anteil weiblicher Auszubildender (rd. 60 000) an den Tourismusberufen insgesamt beträgt rd. 58 %; bei den Hotel- und Gaststättenberufen (rd. 50 000) sind es rd. 55 %. Im Gegensatz zum Vorjahr ist jedoch ein Rückgang um insgesamt rd. 6 %, bei den Berufen in Hotellerie und Gastronomie um rd. 4 % und bei den anderen Tourismusberufen sogar um rd. 14 % zu verzeichnen.

Im Tourismusbereich wurden im Jahr 2002 insgesamt rd. 43 000 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen, wovon ca. 39 000 den Berufen in Hotellerie und Gastronomie zugeordnet werden können. Damit war im Jahr 2002 in der Tourismuswirtschaft insgesamt ein Rückgang (– 5 %) an neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen zu verzeichnen (Hotel- und Gaststättengewerbe – 4 %; andere Tourismusberufe – 16 %). Insgesamt sind die Neuverträge für Ausbildungsberufe aller Branchen um 7 % gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen.

Tabelle 6

Ausbildungsverhältnisse im Tourismusbereich 2002

	gesamt	davon weiblich	neu abgeschlossene Ausbildungs-verträge
1. Fachkraft im Gastgewerbe Fachgehilfe/-gehilfin im Gastgewerbe (Vorläuferberuf)	5 710 1	4 216 1	3 079 0
2. Hotelfachmann/-fachfrau	29 818	23 084	12 098
3. Hotelkaufmann/-frau Kaufmannsgehilfe/-gehilfin im Hotel- und Gaststättengewerbe (Vorläuferberuf)	1 369 1	927 1	533 0
4. Koch/Köchin	38 073	9 990	15 376
5. Restaurantfachmann/-frau	14 662	10 777	6 392
6. Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie (neuer Beruf seit 8/98)	2 336	1 366	1 025
Gastgewerbliche Berufe insg. (I)	**91 969**	**50 362**	**38 503**
7. Reiseverkehrskaufmann/-frau	9 039	7 877	3 030
8. Luftverkehrskaufmann/-frau	101	79	32
9. Kaufmann/-frau im Eisenbahn- und Straßenverkehr	186	136	67
10. Schifffahrtskaufmann/-frau	744	366	273
11. Kaufmann für Verkehrsservice (neuer Beruf seit 8/98)	1 723	1 180	602
12. Servicekaufmann/-frau im Luftverkehr (neuer Beruf seit 8/98)	319	242	103
Sonstige insgesamt (II)	**12 112**	**9 880**	**4 107**
Touristische Berufe insg. (I + II)	**104 081**	**60 242**	**42 610**

Quelle: Deutscher Industrie- und Handelskammertag

In der Regel aufbauend auf den staatlich anerkannten Ausbildungsberufen stellt die berufliche Weiterbildung weiterhin einen wichtigen Faktor für die Professionalisierung innerhalb einer Branche dar. Dies gilt auch für den Tourismusbereich. Während die auf § 46 Abs. 1 des Berufsbildungsgesetztes (BBiG) basierenden Kammerregelungen für Fachwirte im Vergleich zum Vorjahr rückläufig nachgefragt wurden (233 Prüfungsteilnehmer weniger, d. h. – 22 %), werden die nach § 46 Abs. 2 BBiG erlassenen staatlich anerkannten, bundesweit geltenden Weiterbildungsregelungen auf Fachmeisterebene, nach wie vor auf hohem Niveau gut in Anspruch genommen (im Vergleich zum Vorjahr lediglich ein Rückgang um acht Prüfungsteilnehmer, d. h. – 0,9 %).

Tabelle 7

Weiterbildungsprüfungen 2001 der Industrie- und Handelskammern im Bereich Tourismus

Fachwirte	Prüfungsteilnehmer	davon bestanden
Touristikfachwirt	377	342
Verkehrsfachwirt	447	337
Fachwirte insg. (I)	824	679
Fachmeister	**Prüfungsteilnehmer**	**davon bestanden**
Küchenmeister	692	538
Hotelmeister	95	81
Restaurantmeister	87	77
Fachmeister insg. (II)	874	696
Touristische Weiterbildung insg. (I u. II)	1 698	1 375

Quelle: Deutscher Industrie- und Handelskammertag

Vorteilhaft für die Attraktivität der Weiterbildung ist auch das im Jahr 2002 novellierte Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetz (Meister-BaFöG). Die verbesserten Förderkonditionen (z. B. erweiterter Personenkreis, Finanzierungsalternativen) erleichtern Arbeitnehmern die Inanspruchnahme von Qualifizierungsmaßnahmen und eröffnen ihnen damit zusätzliche Chancen am Arbeitsmarkt.

1.1.4 Ferienregelung: Auf sinnvolle Gestaltung hinwirken

Eine starke zeitliche Ballung der Sommerferien in den bevölkerungsreichen Bundesländern bereitet der gesamten Tourismuswirtschaft, allen voran dem Gastgewerbe, große Schwierigkeiten bei der Auslastung der Kapazitäten. Preisaufschläge in der Hauptreisezeit als wirtschaftliche Konsequenz verteuern den Urlaub gerade für Familien mit schulpflichtigen Kindern. Die Verkehrswege sind verstopft, die Umweltbelastungen extrem.

Die Bundesregierung hat sich deshalb erfolgreich bei den Bundesländern für eine Entzerrung der Sommerferien eingesetzt. Die Ministerpräsidenten der Länder haben die Kultusministerkonferenz beauftragt, ab 2005 eine Ferienregelung auszuarbeiten, die den 90-Tage-Zeitraum nahezu ausschöpft und damit tourismus-, verkehrs-, umwelt- und sozialpolitischen Belangen Rechnung trägt.

1.2 Spezielle Tourismuspolitik: Deutschland-Tourismus und Tourismuswirtschaft stärken

Die Tourismuspolitik der Bundesregierung im engeren Sinne verfolgt das Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft einerseits und Deutschlands als Tourismusdestination andererseits durch spezielle, auf die Besonderheiten des Tourismus zugeschnittene Maßnahmen zu stärken. Hierzu unterstützt die Bundesregierung die Werbung im Ausland für Deutschland als Reise- und Urlaubsziel ebenso wie die Verbesserung der Servicequalität im Inland und die Entwicklung marktgerechter Angebote.

1.2.1 Deutschland als Urlaubs- und Reiseziel attraktiver machen: Die prägende Rolle der Deutschen Zentrale für Tourismus

Die Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT), deren Marketing das Reiseland Deutschland zunehmend erfolgreich in der Welt bekannt macht, hat sich zu einer leistungsfähigen Dienstleistungseinrichtung für die deutsche Tourismuswirtschaft entwickelt und ihre Leitfunktion im Auslandsmarketing gefestigt.

Die DZT ist in der privaten wie in der öffentlichen Tourismuswirtschaft gleichermaßen anerkannt. Sie leistet mittelbar einen Beitrag zur Förderung der überwiegend mittelständisch strukturierten Unternehmen der deutschen Tourismuswirtschaft mit erheblichen regionalwirtschaftlichen Auswirkungen und wichtigen Beschäftigungseffekten.

Für ihre Marketingaktivitäten vor Ort unterhält die DZT 13 Auslandsvertretungen in den wichtigsten Reiseländern bzw. Quellmärkten. In weiteren 15 Vertriebsagenturen (in Ländern ohne eigene Vertretung bzw. in den USA zusätzlich) arbeitet sie mit Kooperationspartnern, in erster Linie der Deutschen Lufthansa, zusammen. Außerdem baut sie ihre Präsenz im Ausland durch eine verstärkte Zusammenarbeit mit deutschen Auslandshandelskammern aus.

Einen Schwerpunkt des Marketings im Ausland mit Nutzung der Synergieeffekte im Inland bildete die weltweite touristische Vermarktung der Weltausstellung EXPO 2000 in Hannover. In enger Partnerschaft mit der EXPO 2000 Hannover GmbH standen nahezu alle Vertriebs- und Kommunikationsmaßnahmen der DZT im Zeichen der Weltausstellung und führten zu nachhaltigen positiven Effekten für den Deutschlandtourismus.

Tourismuspolitische Maßnahmen zum „Jahr des Tourismus“ 2001

Das „Jahr des Tourismus“ 2001 wurde zeitlich bewusst an das EXPO-Jahr 2000 angehängt, um durch ein tourismuspolitisches Aktionsjahr das Momentum dieses für den Tourismus außergewöhnlichen Jahres zu nutzen.

Es wurde auf Initiative des Tourismusausschusses des Deutschen Bundestages ausgerufen und durch das Bundeswirtschaftsministerium gemeinsam mit den Bundesländern sowie mit den Verbänden und Tourismusunternehmen entwickelt. Im Mittelpunkt stand eine medien- und kundenwirksame Imagekampagne für Deutschland als Reise- und Urlaubsland. Die Durchführung lag seitens des Bundes bei der Deutschen Zentrale für Tourismus.

Unter Leitung des Bundeswirtschaftsministeriums wurde ein Programm mit Monatsthemen (z. B. für Urlaub, Erholung, Sport, Familie, Kultur und Spaß) für die gemeinsame Marketingarbeit des gesamten Jahres erarbeitet. Konkret wurden kulturelle und touristisch wichtige Großereignisse herausgestellt.

Zum Auftakt gab es in Berlin eine Medienpräsentation durch Bundeswirtschaftsminister Dr. Müller. Das Bundeswirtschaftsministerium und das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung brachten umfangreiche Dokumentationen und Präsentationen des Aktionsjahres heraus.

Ein von der DZT entwickeltes Aktionssignet wurde von allen Beteiligten genutzt. Es wurden Fahnen mit dem Logo hergestellt und durch Kooperation mit dem Verband Außenwerbung eine bundesweite Plakatierung an 10 000 Litfasssäulen ermöglicht. Die DZT entwickelte außerdem drei Werbespots, die in ca. 800 Kinos, in den Bordprogrammen von Ferienfluggesellschaften und den Auslandsprogrammen der Deutschen Welle gezeigt wurden.

Die Hauptereignisse und Großveranstaltungen wurden durch zahlreiche Aktionsprogramme der Bundesländer und der Verbände ergänzt. Sie betrafen spezielle Veranstaltungen im Rahmen von Events, Qualitäts- und Servicewettbewerben, Tagen der Offenen Tür in den Tourismusunternehmen der Kommunen und Aktivitäten zur Aus- und Weiterbildung.

Sehr umfangreich war das Engagement der Tourismusunternehmen und ihrer Verbände. Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag führte mehrere Fachtagungen und Weiterbildungsinitiativen im Rahmen des Jahres des Tourismus durch. Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband erarbeitete ein Programm mit monatlichen Aktionen mit einer Reihe von Initiativen im Bereich der Ausbildung, Produkt- und Servicequalität und zum Thema kulinarisches Deutschland. Die Deutsche Post AG versandte rd. 50 Mio. Briefe mit dem Stempel „Reiseland Deutschland – nix wie hin“. Die öffentlichen und auch private Fernsehsender strahlten eine Reihe von Reisesendungen zu Deutschland aus. Der Ostdeutsche Sparkassen- und Giroverband, die Deutsche Bahn AG, die Touristikunternehmen AMEROPA und TUI zählten ebenfalls zu den Unternehmen, die das Aktionsjahr mit besonderen Maßnahmen unterstützten.

Neben dem „Jahr des Tourismus“ 2001 bestimmte das durch die Vereinten Nationen ausgerufene „Internationale Jahr des Ökotourismus“ in 2002 die vielfältigen Aktivitäten der DZT.

Vor dem Hintergrund des 11. September 2001 und der damit verbundenen Verunsicherung hat sich die DZT verstärkt um die Überseemärkte bemüht; den Kernmarkt bildet dabei die USA.

Die Marketingaktivitäten der DZT zielten auch auf die Erschließung neuer Quellmärkte. Im Vorfeld der EU-Osterweiterung wurden Vertriebsaktivitäten in Ost- und Südosteuropa kontinuierlich aufgebaut. Auf der Basis eines neuen Abkommens mit der VR China trafen im Februar 2003 die ersten chinesischen Reisegruppen in Deutschland ein. Großes Interesse besteht in den arabischen Ländern. Sie sind ein Zukunftsmarkt mit großen Potenzialen.

Weiterer Schwerpunkt der Marketingstrategien der DZT sind die jeweiligen jährlich wechselnden erlebnis-, event- und angebotsorientierten „Themenjahre“, deren Vermarktung frühzeitig beginnt und langfristig läuft. Neben Basisthemen wie Deutsche Städte, Wellness-Land Deutschland, Kultur, und Themen für spezielle Zielgruppen (Jugend, Fahrradtouristen, Behinderte u. a.) werden Jahresthemen hervorgehoben und mit Partnern gemeinsam beworben. 2003 ist mit dem Thema „Messen, Kongresse und Tagungen“ ein zentrales Geschäftsfeld besetzt. Ein weiteres Thema lautet „Bezaubernde kleine Städte in Deutschland“. Im kommenden Jahr werden die Themen „Faszination Wasser – Meere, Flüsse und Seen“ und „Musikland Deutschland“ aufgegriffen.

Die DZT hat die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 frühzeitig in ihre Marketingaktivitäten aufgenommen, um zu gewährleisten, dass ein nachhaltig positiver Impuls für die Tourismuswirtschaft erzielt wird.

Weitere geplante Marketingthemen der DZT sind „Familienurlaub in Deutschland“ (2005), „Mozart in Deutschland“ (2006), „Schlösser und Parke“ und „Historische und moderne Architektur“ (2007 bis 2010).

Das so genannte „länderübergreifende Inlandsmarketing“ zielt auf mehr Urlaub und Reisen der Deutschen in Deutschland. Es wurde durch die Wirtschaftsministerkonferenz (WMK) zunächst befristet vereinbart und von Bundesländern und Wirtschaft finanziert. Die Arbeit der DZT hat im intensiven Zusammenwirken mit Ländern, Regionen und der Wirtschaft die bisherige positive Bilanz des Inlandstourismus wesentlich geprägt. Dabei wurden auch neue Kooperationsformen erschlossen. Hervorzuheben sind Maßnahmen zur Vermarktung des Deutschlandtourismus in den

Reisebüros und über das Internet. Beispielsweise haben sich die Buchungen über Reisebüros nun schon im dritten Jahr in Folge erhöht.

Marktspezifische Online-Kommunikation ist ein künftiger Erfolgsfaktor. Seit dem Jahre 2000 gibt es unter www.deutschland-tourismus.de bzw. www.germany-tourism.de einen stark angenommenen Internetauftritt der DZT für das In- und Ausland, der mit dem Deutschlandportal der Bundesregierung verlinkt ist und jährlich erweitert wird.

Der Finanzbedarf der DZT wird zum überwiegenden Teil durch den Bund im Rahmen institutioneller Förderung gedeckt. Im Bundeshaushalt 2003 sind für die DZT gegenüber dem Vorjahr um 1 Mio. Euro erhöhte Zuwendungen mit einem Volumen von 23,5 Mio. Euro bei einem Gesamthaushalt von 32,8 Mio. Euro eingestellt. Im Vordergrund stehen derzeit Ausgaben zur erforderlichen Erweiterung von Marketingaktivitäten: Es gilt, neue Potenziale in Osteuropa, Russland und China zu erschließen sowie das Internetangebot mit marktspezifischen Websites für die Auslandsmärkte in Landessprache auszubauen.

Für den Aufgabenbereich „länderübergreifendes Inlandsmarketing“ stellen primär die Länder gesonderte Fördermittel zur Verfügung: Die gemeinsame Länderfinanzierung in Höhe von rd. 1,8 Mio. Euro jährlich wurde von der WMK im November 2000 bis einschließlich 2006 verlängert. An der Finanzierung des Inlandsmarketings der DZT beteiligen sich außerdem die Deutsche Bahn AG mit rd. 511 000 Euro und Reiseveranstalter mit rd. 185 000 Euro, sodass der Gesamtetat für das Inlandsmarketing (einschließlich Synergieeffekten aus dem Auslandsmarketing) rd. 3 Mio. Euro beträgt.

Die DZT benötigt trotz ihrer erfolgreichen Bemühungen auch weiterhin öffentliche Zuwendungen. Eine solide Basisfinanzierung der DZT ist zugleich Voraussetzung für eine stärkere Beteiligung der Tourismuswirtschaft an den Aktivitäten der DZT.

1.2.2 Ausgewählte Marktsegmente entwickeln

Die Bundesregierung unterstützt die Entwicklung ausgewählter Segmente des touristischen Marktes. Aus tourismuspolitischer Sicht interessiert dabei vor allem ihr wirtschaftliches Potenzial für die kleine und mittelständische Tourismuswirtschaft, die nicht auf Größenvorteile setzen kann, um am Markt zu bestehen. Ziel ist es, die touristischen Anbieter für zusätzliche Marktchancen durch zielgruppenorientierte touristische Produkte zu sensibilisieren und ihnen Wege zur Erschließung der wirtschaftlichen Möglichkeiten aufzuzeigen.

Zugleich ist es ein politisches Anliegen der Bundesregierung, allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe am Tourismus zu ermöglichen.

Die Projektförderung aus Haushaltsmitteln des BMWA gilt vornehmlich (Modell-)Projekten, Studien und Leitfäden, die neue oder bislang weniger berücksichtigte Marktsegmente untersuchen und den touristischen Anbietern Hinweise zur marktgerechten Weiterentwicklung ihres Angebots geben. Neben den im folgenden ausführlicher dargestellten Bereichen barrierefreier Tourismus und naturnahe Urlaubsformen seien aus dem Zeitraum 2000 bis 2003 erwähnt:

– Projekte zur Entwicklung nachhaltiger Kooperationsbeziehungen im Ostseeraum (1999 bis 2001),
– „Wege der Renaissance“ (1999 bis 2001),
– „Der deutsche Tagungsmarkt“ (2000),
– Praxisleitfaden für Wellness-Tourismus (2001/2002).

1.2.2.1 Naturnahen Tourismus fördern

Ausgehend vom „Internationalen Jahr“ des Ökotourismus – ausgerufen durch die Vereinten Nationen – hat sich durch die zahlreichen Verlautbarungen zum Ökotourismus und zur Nachhaltigkeit ein erkennbarer Trend zum so genannten erdgebundenen Tourismus entwickelt. Davon profitiert insbesondere der Deutschlandtourismus, der überwiegend das Naturerlebnis sucht.

Die Bundesregierung unterstützt diesen Trend durch Förderung naturnaher, umweltfreundlicher Urlaubsformen. Das BMWA hat in den letzten Jahren eine Reihe von Initiativen dazu auf den Weg gebracht:

– Das „Wellness“-Projekt will Akteuren vor Ort Handlungsempfehlungen für dieses Angebotssegment vermitteln. Die Wellness-Angebote sind dabei nicht auf den Kursektor beschränkt, sondern beziehen sich auf nahezu alle Arten von Beherbergungsbetrieben, insbesondere auch auf Anbieter im ländlichen Raum.
– Das Projekt „Wanderbares Deutschland“ zielt auf die Koordinierung von überregional bedeutsamen Wanderwegen und innovativen Informationshilfen zur Förderung von Qualität und Vermarktung des Wanderns in Deutschland;
– Mit dem Modellprojekt „Oder-Neiße-Radweg“ wurde beispielhaft das so genannte D-Routen-Netz mit hohem Qualitätsanspruch umgesetzt. Das D-Routen-Netz beinhaltet zwölf überregionale, länderübergreifende Fahrradrouten in Deutschland, die ihrerseits mit dem europäischen Velo-Netz verknüpft sind. Zur ITB 2003 ist die Neuauflage der Angebotsbroschüre „Deutschland per Rad entdecken“ erschienen.
– Der Wettbewerb „Vorbildliche Campingplätze in Deutschland“, in dem hervorragende Leistungen prämiert und öffentlich gemacht wurden, zielt auf eine Angebotsverbesserung im Campingbereich. Die veröffentlichte Dokumentation hierzu steht allen Unternehmen der rd. 5 800 Campingplätze in Deutschland als Leitfaden zur Verfügung, um diese durch die aufgezeigten positiven Leistungen und Erkenntnisse zur Nachahmung anzuregen und sie zu lohnenden Investitionen zu ermutigen. Der Bundescampingplatzwettbewerb hat eine Qualitätsoffensive im Campingbereich ausgelöst und zu einer Klassifizierung der Campingplätze geführt. Sie soll für weitere Qualitätsanreize im Campingbereich genutzt werden.
– Die Studie „Wassertourismus in Deutschland“ (Mai 2003) hat erstmalig einen Überblick über den vielfältigen Bereich des Wassertourismus vermittelt, seine Potenziale untersucht und Handlungsempfehlungen für die weitere Produktgestaltung und Vermarktung gegeben.

Auf dieser Grundlage sollen mit allen Beteiligten tragfähige Konzepte zur besseren Förderung und Ausschöpfung der Potenziale dieses touristischen Bereiches entwickelt werden.

Urlaub auf dem Bauernhof wird durch das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) nach dem Agrarinvestitionsförderungsprogramm (AFP) sowie im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ gefördert. Zur weiteren Stärkung des ländlichen Tourismus – der vor allem in strukturschwachen Gebieten der Einkommens- und Beschäftigungssicherung dient – ist seine Weiterförderung im Rahmen des AFP notwendig. 2002 wurde bereits die förderfähige Bettenkapazität von 15 auf 25 Gästebetten erhöht und das förderfähige Mindest-Investitionsvolumen auf 10 000 Euro reduziert.

Die Einführung der Umweltdachmarke Viabono, die Erprobung der Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in sensiblen Gebieten und weitere Projekte für naturnahen, umweltverträglichen Tourismus werden im Kapitel „Tourismus und Umwelt“ eingehend erläutert.

Unter dem Motto „Fahrtziel Natur“ wirbt auch die Deutsche Bahn AG mit Unterstützung vier großer Umweltschutzverbände für die Anfahrt zu ausgewählten Naturzielen mit der Bahn.

Der Erfolg dieser Offensive für naturnahen, umweltverträglichen Tourismus, der letztlich auf eine Stärkung des Inlandstourismus zielt, spiegelt sich in Zahlen wider. Die buchbaren Deutschlandangebote in den Prospekten der Reiseveranstalter haben kräftig zugenommen. Entsprechend sind die über Agenturen gebuchten Deutschlandreisen 2001 um 24 % und 2002 noch einmal um 8 % gestiegen.

Tourismuspolitische Maßnahmen im VN-Jahr des Ökotourismus 2002

Die Generalversammlung der Vereinten Nationen hatte das Jahr 2002 zum „Internationalen Jahr des Ökotourismus“ ausgerufen. Darin kommt die Verankerung des Nachhaltigkeitsprinzips als Ziel für die Zukunft der Menschheit zum Ausdruck, worauf sich die Völkerfamilie verpflichtet hat. Dieser Prozess war mit der so genannten Rio-Konferenz von 1992 und der dort verabschiedeten Agenda 21 eingeleitet worden.

Das Generalsekretariat der Welttourismusorganisation hat den Begriff der Nachhaltigkeit wie folgt interpretiert: Nachhaltigkeit verfolgt das Ziel, ein Ressourcenmanagement in der Weise durchzuführen, dass ökonomische, soziale und ästhetische Bedürfnisse erfüllt werden können, ohne die kulturelle Identität, wesentliche ökologische Prozesse, die biologische Vielfalt sowie lebenswerte Systeme zu beeinträchtigen.

Die Bundesregierung hat diesen Prozess auf mannigfaltige Weise international und national unterstützt. Bausteine im Sinne der Nachhaltigkeit sind u. a.:

International:

- Übereinkommen über die biologische Vielfalt (CBD);
- Global Code of Ethics for Tourism;
- Internationales Jahr der Berge;
- Alpenkonvention einschließlich der acht Protokolle – darunter das Tourismus-Protokoll – zur Durchführung der Alpenkonvention.

National:

- Einführung der Umweltdachmarke „Viabono“ für den Deutschlandtourismus;
- Studie zur besseren Vermarktung der deutschen Nationalparke;
- Förderung des Fahrradtourismus durch
  - Modellprojekt „Oder-Neiße-Radweg“;
  - Nationalen Radverkehrsplan;
  - Neuauflage der Broschüre „Deutschland per Rad entdecken“;
- Studie zum Wandertourismus mit dem Ziel eines vermarktbaren Deutschlandangebots zum Thema Wandern;
- Wettbewerb „Vorbildliche Campingplätze in Deutschland“ als Initialzündung für eine Qualitätsoffensive im Campingbereich;
- Grundlagenstudie zum Wassertourismus in Deutschland;
- DZT-Broschüre „Lust auf Natur“.

1.2.2.2 Reisen und Urlaub ohne Barrieren ermöglichen

Reisen und Urlaub sind für behinderte Menschen wichtige Faktoren der Teilhabe am Leben in der Gesellschaft. Bei der Gestaltung der Reisen stoßen behinderte Menschen auf vielfältige Hindernisse, die ihnen den Zugang zu Urlaubszielen verwehren oder erschweren. Dies betrifft die Möglichkeiten der Anreise, Unterbringung vor Ort sowie die Teilnahme an Aktivitäten und Angeboten am Urlaubsziel.

In der 14. Legislaturperiode wurde das größte gesetzgeberische Programm in der Behindertenpolitik seit Mitte der 70er-Jahre verabschiedet. Dabei stellt die Herstellung barrierefrei gestalteter Lebensbereiche das Kernstück des zum 1. Mai 2002 in Kraft getretenen Gesetzes zur Gleichstellung behinderter Menschen dar. Im Sinne eines „universal design“ geht es um eine allgemeine Gestaltung des Lebensumfeldes für alle Menschen, die möglichst niemanden ausschließt und von allen gleichermaßen genutzt werden kann. Das Ziel einer barriere- und diskriminierungsfreien Teilhabe gilt für alle Bereiche des Alltags. Für einen Tourismus, der unabhängig von der jeweiligen Behinderungsart barrierefrei ist, haben die im Gesetz zur Gleichstellung behinderter Menschen enthaltenen Regelungen zum öffentlichen Personenverkehr und zu Gaststätten besondere Bedeutung.

Das Ziel der Herstellung möglichst weitreichender Barrierefreiheit gilt auch für den öffentlichen Personennahverkehr, die Eisenbahnen, die Bundesfernstraßen sowie den Luftverkehr. So sind die Eisenbahnen verpflichtet, mit dem Ziel einer möglichst weit reichenden Barrierefreiheit Programme zur Gestaltung von Bahnanlagen und Fahrzeugen zu erstellen. Dies soll die Aufstellung eines Betriebsprogramms mit den entsprechenden Fahrzeugen einschließen, deren Einstellung in den jeweiligen Zug im konkreten Einzelfall bekannt zu machen ist.

Im Luftverkehr gibt es auf europäischer Ebene eine Vereinbarung der Luftfahrtgesellschaften über die Anforderungen an Dienste für Fluggäste, die einen ausführlichen Anhang zu dem Umgang mit Personen mit reduzierter Mobilität enthält. Einzelheiten der Barrierefreiheit können durch Zielvereinbarungen zwischen der Luftverkehrswirtschaft und anerkannten Verbänden, die die Interessen behinderter Menschen vertreten, geregelt werden.

Das Gesetz zur Gleichstellung behinderter Menschen dient damit dem Ziel, das Reisen behinderter Menschen ohne besondere Erschwernis zu ermöglichen. Dazu gehört auch die Verpflichtung von Hotel- und Gaststättenbetreibern, die Gasträume barrierefrei zu gestalten. Das Gaststättengesetz enthält jetzt diese Verpflichtung für Hotels und Gaststätten, die neu gebaut, wesentlich umgebaut oder erweitert werden. Auch hiermit wird das Reisen behinderter Menschen deutlich erleichtert. Nebenbei wird eine höhere Kundenfreundlichkeit gegenüber anderen Nutzern wie älteren Menschen oder Eltern mit Kinderwagen erreicht.

Das Europäische Jahr der Menschen mit Behinderungen 2003

Mit Beschluss vom 3. Dezember 2001 hat der Rat der Europäischen Union das Jahr 2003 zum „Europäischen Jahr der Menschen mit Behinderungen“ erklärt. Mit dem Europäischen Jahr der Menschen mit Behinderungen (EJMB) 2003 soll die Gesellschaft für die Rechte behinderter Menschen sensibilisiert und ihre Chancengleichheit in Europa gefördert werden. Außerdem soll auf die Vielfalt unterschiedlicher Beeinträchtigungen und Diskriminierungen behinderter Menschen aufmerksam gemacht werden. Dabei soll ein besonderes Augenmerk auf die Gleichbehandlung von Kindern und Jugendlichen mit Behinderungen im Bildungsbereich gelegt.

Der Politikwechsel in der deutschen Behindertenpolitik wird dabei mit den Slogans deutlich gemacht:

Teilhabe verwirklichen!

Gleichstellung durchsetzen!

Selbstbestimmung ermöglichen!

Die Umsetzung der europäischen und nationalen Ziele erfolgt mit folgenden Schwerpunkten:

- Akzeptanz des Lebensrechtes behinderter Menschen durch ethischen Diskurs erhöhen,
- Gleichstellung mit nichtbehinderten Menschen durchsetzen,
- Behinderte Menschen in gleicher Weise in das Arbeitsleben einbeziehen,
- Hilfen im Alltag als einheitlichen Anspruch auf „Persönliche Assistenz“ gestalten,
- Patientenrechte von chronisch kranken und behinderten Menschen verbessern,
- Barrierefreiheit bei Bauen, Verkehr und Informationsangeboten umsetzen.

Diese Themen wurden auf der Eröffnungsveranstaltung in Magdeburg am 21./22. Februar 2003 behandelt und werden in sechs Nachfolgeveranstaltungen im EJMB 2003 vertieft.

Einen besonderen Schwerpunkt bildet dabei die Barrierefreiheit, die über Nahverkehrspläne, Programme und Zielvereinbarungen zwischen Unternehmen und Behindertenverbänden umfassend umgesetzt werden soll.

Mit einem Aktionstag zum 5. Mai 2003 wird mit der „Aktion Mensch“ Stiftung Behindertenhilfe hierzu ein kleiner Städtetest Behinderteninitiativen als Aktionsmaterial angeboten. Darüber hinaus wird ein Wettbewerb „Barrierefreie Städte und Kommunen“ durchgeführt.

Zwei Projekte des ADAC – ein Städtevergleich hinsichtlich der Mobilitätsmöglichkeiten behinderter Menschen und eine Planungshilfe für barrierefreien Tourismus – werden mit jeweils 5 000 Euro gefördert.

Aufgrund der Bedeutung, die der Abbau von Barrieren, denen Menschen mit Behinderungen immer noch gegenüberstehen, auch beim Reisen in den letzten Jahren gewonnen hat, trägt die Bundesregierung neben diesen gesetzlichen Maßnahmen aber auch mit finanzieller Unterstützung von Selbsthilfegruppen und der Förderung familienfreundlicher Ferienstätten dazu bei, behinderten Menschen Urlaub und Reisen zu erleichtern.

Durch diverse Maßnahmen wie Messeauftritte, Schulungsseminare und Beratungen haben Selbsthilfeorganisationen mit Unterstützung des Bundesministeriums für Gesundheit und Soziale Sicherung (BMGS) in den letzten Jahren deutlich gemacht, dass behinderte Menschen bei der Gestaltung von touristischen Angeboten berücksichtigt werden müssen und eine feste Kundengruppe darstellen. Die Bundesregierung unterstützt nachdrücklich alle Bemühungen zur Verbesserung des barrierefreien Reisens.

So hat das BMGS folgende Projekte in den vergangenen Jahren finanziell gefördert:

– Schulung von regionalen Tourismusberatern

  Hierdurch soll auf Bundesebene ein Netzwerk von kompetenten Beratern – insbesondere aus dem Kreis der Behindertenselbsthilfe – geschaffen werden. Sie sollen bei der Planung neuer Projekte auf eine barrierefreie Gestaltung hinwirken, aber auch Anbieter touristischer Leistungen dazu bewegen, ihre bestehenden Angebote den Anforderungen mobilitätseingeschränkter Menschen anzupassen.

– Reisemagazin „Grenzenlos“

  Das Film-Magazin der Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien wird seit Jahren finanziell unterstützt; darin werden Urlaubsmöglichkeiten für Menschen mit Behinderungen in verschiedenen Reiseregionen und Ländern vorgestellt. Das Magazin vermittelt umfassende Informationen im Hinblick auf Barrierefreiheit.

– Teilnahme von Selbsthilfeverbänden an Messen der Touristikbranche

  Die Teilnahme an öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen wie Messen (z. B. CMT – Caravan-Motor-Touristik in Stuttgart, CBR – Caravan, Boot und Reisemarkt-Messe in München, ITB – Internationale Tourismusbörse in Berlin) bietet den Behindertenselbsthilfeverbänden die Möglichkeit, behinderte und nichtbehinderte Menschen über Anforderungen und Möglichkeiten eines „Tourismus für Alle“ zu informieren. So konnten in der Vergangenheit bereits viele Hoteliers im Rahmen derartiger Veranstaltungen motiviert werden, ihr Angebot so zu gestalten, dass auch Gäste mit Behinderungen hiervon problemloser Gebrauch machen können.

– „you-too“

  You-too ist ein integriertes System zur Erhebung von Informationen über die Zugänglichkeit öffentlicher Gebäude und die Bereitstellung dieser Informationen im Internet. Mit you-too wurde ein Standard zur Bereitstellung von Zugänglichkeitsinformationen entwickelt, der nicht nur in Deutschland, sondern auch in anderen europäischen Staaten angewendet wird. Durch die Zugänglichkeitsinformationen können Menschen mit Behinderung vorher abschätzen, ob und wie sie eine Einrichtung, z. B. ein Restaurant oder Hotel, benutzen können. Hervorzuheben ist dabei, dass you-too Informationen für verschiedene Behinderungsarten (außer Gehbehinderung auch Seh- und Hörbehinderung) enthält. Es informiert über bauliche Gegebenheiten, wie z. B. Türbreiten oder Lifte, genauso wie über Dienstleistungen, wie Gepäckservice oder das Vorlesen der Speisekarte. Dies macht deutlich, dass – wie beim Konzept des „Tourismus für Alle“ generell – auch you-too den Tourismus von Menschen mit Behinderungen ebenso fördert wie den anderer Gruppen, die nicht zum Kreis behinderter Menschen gerechnet werden, beispielsweise aufgrund eines Unfalls temporär Mobilitätseingeschränkte, Senioren, Familien mit Kleinkindern.

Nach mehreren Bundeswettbewerben zur Verbesserung des Angebots für den Familienurlaub generell hat das BMFSFJ aufgrund der Initiative des Deutschen Bundestages mit Blick auf das Europäische Jahr der Menschen mit Behinderung 2003 seinen diesjährigen Bundeswettbewerb unter das Thema gestellt „Willkommen im Urlaub – Familienzeit ohne Barrieren“.

Ziel des Wettbewerbs ist es, vorbildliche Urlaubsangebote von Tourismusgemeinden und Beherbergungsbetrieben sowie Tourismusprojekte auszuzeichnen, die gemeinsamen Urlaub für Familien mit behinderten Angehörigen anbieten. Dabei geht es neben barrierefreien Räumlichkeiten auch um zusätzlich entlastende Serviceangebote für Familien mit behinderten Angehörigen. Hierdurch soll ein Beitrag dazu geleistet werden, die Urlaubsmöglichkeiten für Familien mit behinderten Angehörigen zu verbessern und ihnen einen gemeinsamen Urlaub zu erleichtern. Mit der Durchführung wurde der Deutsche Tourismusverband beauftragt.

Das BMWA finanzierte im Jahr 2002 ein Projekt zur Verbesserung der Servicequalität gegenüber behinderten Reisenden. Die Nationale Koordinationsstelle „Tourismus für Alle“ (NatKo) erstellte umfangreiches Informationsmaterial über das Urlaubs- und Reiseverhalten behinderter Menschen. Außerdem enthält diese Informationssammlung viele wichtige Hinweise, die in der Praxis sowohl für die Reisenden als auch die Unternehmen wichtig sind.

Im Jahr 2003 gab das BMWA eine Studie in Auftrag, die die wirtschaftlichen Impulse untersuchen soll, die von der Schaffung größerer Reiseerleichterungen für Menschen mit Behinderungen ausgehen („Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für Alle“). Der Endbericht soll Ende 2003 veröffentlicht werden. Erste Ergebnisse lassen vermuten, dass bei größerer Barrierefreiheit deutlich mehr behinderte Menschen verreisen würden. Dies führt nicht nur zu größerer Nachfrage im Hotel- und Gaststättengewerbe, sondern auch in anderen Wirtschaftsbereichen, da zur Erreichung von mehr Barrierefreiheit Baumaßnahmen ebenso notwendig sind wie z. B. die Ausstattung des Verkehrsraums mit Leit- und Informationssystemen für Blinde und akustischen Ampeln.

Die nationale Koordinationsstelle „Tourismus für Alle“ e. V.

Um die Aktivitäten der Selbsthilfeorganisationen im Bereich „Tourismus für Alle“ zu bündeln und zu koordinieren und um möglichst viele Betroffene mit einer gemeinsamen Stimme vertreten zu können, gründeten im September 1999 acht Bundesbehindertenverbände die Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e. V. (NatKo). Die entstehenden Kosten wurden bisher zum größten Teil vom BMGS getragen.

Im Herbst 2000 nahm in Mainz die Beratungs- und Informationsstelle der NatKo ihre Arbeit auf. Die NatKo hat die Aufgabe, mobilitätseingeschränkte Menschen über barrierefreie Reisemöglichkeiten zu informieren, sie bei der Wahl des Urlaubszieles und der Verkehrsmittel zu beraten sowie Projekte zu unterstützen, die dazu beitragen, „Tourismus für Alle“ besser möglich zu machen.

Dies geschieht zum einen durch individuelle Beratung. Anfragen zum Thema werden direkt telefonisch, schriftlich oder per E-Mail beantwortet, bzw. entsprechende Kontakte vermittelt. Außerdem präsentiert die NatKo sich und ihre Angebote auch auf den großen Reha- und Tourismusmessen.

Die Homepage der NatKo (http://www.natko.de) bietet eine Fülle von Informationen zum barrierefreien Reisen an: So z. B. Verzeichnisse über Reiseveranstalter mit speziellen Angeboten für Menschen mit Handicap, über einzelne Urlaubs- und Erholungsangebote wie z. B. Hotels oder Ferienanlagen oder auch über Angebote von Organisationen der Behinderten-Selbsthilfe. Im monatlich neu erscheinenden Online-Magazin gibt es aktuelle Informationen zum barrierefreien Tourismus, Reiseberichte und Reportagen über zugängliche Urlaubsziele. In der Homepage findet sich auch der im Jahr 2000 als Broschüre erschienene – inzwischen vergriffene – Ratgeber „Wer hilft?“, in dem die Beratungsangebote der Selbsthilfeverbände und anderer Organisationen bei Fragen zum barrierefreien Reisen zusammengestellt sind.

Ein weiteres Arbeitsfeld der NatKo besteht darin, gemeinsam mit Vertretern aus der Selbsthilfe, der Politik, der Tourismuswirtschaft und deren Fachverbänden sowie von Aus- und Fortbildungseinrichtungen Konzepte und Lösungsansätze für einen barrierefreien Tourismus zu entwickeln.

1.2.2.3 Urlaub für Familien erleichtern

Die Bundesregierung unterstützt Maßnahmen zugunsten einer differenzierten Angebotsgestaltung für Familien.

In der Hauptferienzeit sind Familien mit Kindern die größte und damit wichtigste Zielgruppe für die Anbieter von touristischen Leistungen. Diese Marktchancen werden von der privaten Tourismuswirtschaft durch familienfreundliche Ferienangebote zunehmend wahrgenommen, aber noch nicht im vollen Umfang genutzt.

Eine preisgünstige Urlaubsform für Familien mit Kindern ist der „Urlaub auf dem Bauernhof“, der sich i. d. R. durch besondere Kinderfreundlichkeit auszeichnet. Kinder und Jugendliche erhalten durch den Einblick in die Arbeits- und Lebensweise auf dem Bauernhof ein besseres Gespür für die natürliche Lebensgrundlagen und oft auch für eine umweltschonende Produktionsweise.

Im Übrigen sind rd. 180 gemeinnützige Familienferienstätten seit über 40 Jahren Teil der sozialen Infrastruktur in Deutschland. Sie haben seither zahlreichen Familien einen Urlaub ermöglicht sowie Impulse für das Angebot von Familienerholung gegeben. So haben vorzugsweise kinderreiche und junge Familien, Familien mit geringem Einkommen, Alleinerziehende und Familien mit behinderten Angehörigen zu besonders günstigen Bedingungen Urlaub machen können.

Familienferienstätten bieten preiswerte familiengerechte Unterkünfte in Form von Ferienwohnungen, Ferienhäusern oder Appartements an. Sie sollen während der Hauptferienzeiten ausschließlich der Familienerholung zur Verfügung stehen. Außerhalb dieser Zeit ist auch eine familiennahe Nutzung mit Behinderten-, Senioren- und Jugenderholung und -arbeit sowie mit Mutter-Kind-Kuren möglich, um eine wirtschaftliche Führung der Einrichtungen und ganzjährige Auslastung sicherzustellen. Die Familienferienstätten haben in der Hauptferienzeit eine große Nachfrage. Immerhin machten 1998 etwa 2,1 Mio. deutsche Familien Urlaub im Inland.

Die Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses der Familienferienstätten durch die Gäste fällt überwiegend positiv aus. Da in der Hauptsaison kommerzielle Anbieter Saisonzuschläge erheben, ist es nicht verwunderlich, dass die relativ günstigen Familienferienstätten von Familien gerne frequentiert werden.

Familienferienstätten sind etwa jeder vierten Familie in Deutschland bekannt. 6,7 % bekunden, selbst schon einmal in einer Familienferienstätte gewesen zu sein. Interesse an einem Urlaub in einer Familienferienstätte signalisieren über 60 % der Familien in Deutschland.

Der Bund und die Länder beteiligen sich jeweils zu gleichen Teilen mit einem Drittel der zuwendungsfähigen Gesamtkosten am Bau und an der Einrichtung von Familienferienstätten. Im Bundeshaushalt sind 2003 – leicht aufgestockt gegenüber den Vorjahren – 3,265 Mio. Euro für diesen Zweck ausgewiesen. Die Länder unterstützen mit Individualzuschüssen die Urlaubsaufenthalte von Familien mit geringem Einkommen in Familienferienstätten.

Im Zeitraum von 1997 bis 1999 konnten 22,3 % der Familien in Deutschland gar keinen gemeinsamen Familienurlaub unternehmen. Vor allem Alleinerziehende, Familien mit behinderten Mitgliedern sowie Familien mit niedrigeren Bildungsabschlüssen und niedrigen Einkommen gehören häufiger zu den Nichturlaubern. Kinderreiche Familien hingegen zählen signifikant seltener zu den Familien, die keinen gemeinsamen Urlaub aller Familienmitglieder machen konnten.

Nicht zuletzt, um Familien den Urlaub zu erleichtern, hat sich die Bundesregierung erfolgreich dafür eingesetzt, dass die Sommerferienregelung der Bundesländer zukünftig wieder entzerrt wird. Damit wird Familien mit schulpflichtigen Kindern ein breiteres und tendenziell preisgünstigeres Urlaubsangebot zur Verfügung stehen.

1.2.2.4 Kinder- und Jugendtourismus stärken

Der Jugendtourismus in Deutschland bildet einen stabilen Markt. Etwa 20 % aller Urlaubsreisen im Inland werden von Jugendlichen und jungen Erwachsenen durchgeführt.

Das Reiseverhalten der Jugendlichen weicht offenbar nur wenig von dem der Erwachsenen ab. Die Datenlage ist jedoch unbefriedigend. Dies gilt insbesondere für den Kinderreisemarkt (unter 15 Jahre).

Hinsichtlich des Incoming-Tourismus ergab eine Hochrechnung der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) auf Basis des European Travel Monitor 2001 und anderen vergleichbaren Studien (Reisen ab einer Übernachtung) folgende Erkenntnisse:

– Ein Drittel aller Reisenden nach Deutschland sind junge Menschen im Alter von 15 bis 34 Jahren.

– Mehr als 90 % der jungen Reisenden kommen aus Europa nach Deutschland.

– Knapp die Hälfte (45 %) der jungen Deutschland-Reisenden ist der Altersgruppe 15 bis 24 Jahre zuzuordnen.

Die Bundesregierung betrachtet die differenzierte Angebotsgestaltung touristischer Leistungen für junge Menschen als ein wichtiges jugendpolitisches Anliegen. Die gemeinnützigen Jugendorganisationen tragen diesem Ziel durch jugendgerechte Reiseangebote Rechnung.

Um auch die privaten Reiseunternehmen auf diesen wachsenden Markt vorzubereiten, auf dem sie gleichzeitig eine besondere Verantwortung haben, hat das BMWA im Jahr 2001 einen „Leitfaden Kinder- und Jugendtourismus“ beim „Bundesforum Kinder- und Jugendreisen e. V.“ in Auftrag gegeben.

Der Deutsche Bundestag hat am 3. Juli 2002 einen Aktionsplan zum Kinder- und Jugendtourismus verabschiedet, in dem er sich u. a. für die Stärkung dieses Marktsegments unter gleichberechtigter Einbindung privater und gemeinnütziger Unternehmen ausspricht.

Im Rahmen ihrer Zuständigkeit fördert die Bundesregierung seit vielen Jahren den internationalen Jugendaustausch sowie gemeinnützige Jugendreiseorganisationen. Der jugendpolitisch und pädagogisch begründete Jugendaustausch ist zwar nicht dem Tourismus im engeren Sinn zuzurechnen, berührt naturgemäß jedoch die Infrastruktur und die Angebote des Tourismus nicht unerheblich.

Aus dem Kinder- und Jugendplan des Bundes und dem Deutsch-Französischen Jugendwerk sowie dem Deutsch-Polnischen Jugendwerk werden jährlich über 12 000 bilaterale und multilaterale Austauschmaßnahmen mit einer Gesamtzahl von über 300 000 jungen Menschen gefördert.

Die Förderung des gemeinnützigen Jugendtourismus ist auf überregionale Projekte und Maßnahmen konzentriert. Dazu gehört zum Beispiel die Qualifizierung von Jugendleiterinnen und Jugendleitern. Das BMFSFJ fördert u. a. auch in einer anteiligen Finanzierung gemeinsam mit dem jeweiligen Bundesland und dem jeweiligen DJH-Landesverband Bau, Erwerb, Einrichtung und Bauerhaltung von international und überregional tätigen Jugendherbergen und Jugendbegegnungsstätten.

1.2.3 Leistung durch Qualifizierung steigern

Aus dem Haushaltstitel zur „Förderung der Leistungssteigerung im Tourismusgewerbe“ finanziert das BMWA auch Qualifizierungsmaßnahmen und Maßnahmen zur Effizienzsteigerung (z. B. Studie „Benchmarking im Reisebüro“).

Der größte Einzelposten der Geldmittel (2003: 750 000 Euro) ist regelmäßig für das Deutsche Seminar für Tourismus (DSFT) vorgesehen, das als überbetriebliche Bildungseinrichtung seit 1964 Fach- und Führungskräfte aus allen Bereichen des Tourismus weiterbildet. In der Praxis kommt diese Maßnahme vor allem der Qualifizierung von Mitarbeitern in der öffentlichen touristischen Infrastruktur zugute und dient damit der allgemeinen Qualitäts- und Leistungssteigerung im deutschen Tourismus. Rd. 1 400 Kursteilnehmer nehmen jährlich das breit gefächerte Weiterbildungsangebot von über 60 Kursen der DSFT in Anspruch.

Das DSFT war auch maßgeblich beteiligt an einem Modellprojekt zur Einführung von Qualitätsmanagement im Tourismus, das sich an leitende Mitarbeiter im öffentlichen Fremdenverkehr Ostbayerns richtete („Qualitätsmanagement im Tourismus – Modellprojekt Ostbayern“, 2000 bis 2002).

1.2.4 Folgen der Hochwasserkatastrophe beseitigen

Die Flutkatastrophe im August 2002 an Elbe und Donau sowie deren Nebenflüssen hatte insbesondere in den Ländern Sachsen, Sachsen-Anhalt und Brandenburg schwere Auswirkungen. Am stärksten betroffen war der Tourismus in Sachsen mit großflächigen Schäden vor allem in den Erzgebirgsregionen, entlang der Elbe und der Mulde. Viele Hotels und gastronomische Einrichtungen sowie touristische Dienstleistungsträger waren durch das Hochwasser stark beschädigt und konnten über einen längeren Zeitraum keine Gäste beherbergen. Hinzu kamen auch bei den nicht unmittelbar vom Hochwasser betroffenen Betrieben erhebliche Umsatzausfälle durch Stornierungen von Reisen sowie eine kaum messbare Reisezurückhaltung.

Die Bundesregierung reagierte auf die Flutkatastrophe mit einem breit angelegten Soforthilfe- und Wiederaufbauprogramm, das aus dem unverzüglich eingerichteten Fonds „Aufbauhilfe“ finanziert wird. Die Hilfen für die von der Flutkatastrophe betroffenen Unternehmen sind noch während des Hochwassers angelaufen. Das Programm umfasst neben dem finanziellen Ausgleich von unmittelbaren Schäden auch Wiederaufbaumaßnahmen und Maßnahmen zur Stützung von der Flutkatastrophe betroffener Unternehmen.

Darüber hinaus hat die Bundesregierung zur Flankierung des Wiederaufbaus im Einvernehmen mit den obersten Finanzbehörden der Länder einen Rahmenkatalog für steuerliche Maßnahmen zur Berücksichtigung der durch Naturkatastrophen verursachten Schäden erstellt. Zu den steuerlichen Erleichterungen zählen u. a. Steuerstundungen, Aussetzung von Vollstreckungsmaßnahmen, Herabsetzung von Vorauszahlungen, erleichterter Nachweis steuerbegünstigter Zuwendungen, keine nachteiligen Folgerungen bei Verlust bzw. Vernichtung von Buchführungsunterlagen, Sonderabschreibungen beim Wiederaufbau von Gebäuden, Sonderabschreibungen bei Ersatzbeschaffung beweglicher Anlagegüter, Bildung von Rücklagen für Ersatzbeschaffungen.

Hilfen der Bundesregierung für die von der Flutkatastrophe im August 2002 betroffenen Unternehmen

- Soforthilfe mit 400 Mio. Euro (Bund- und Länderanteil): Kleine und mittlere Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft und der Freien Berufe erhielten auf Antrag für den glaubhaft gemachten und nicht versicherten Verlust von Wirtschaftsgütern einen ersten Zuschuss in Höhe von 50 % der eingetretenen Schäden, maximal 15 000 Euro pro Antragsteller.
- Hilfsfonds bei der Deutschen Ausgleichsbank (600 Mio. Euro) für nicht rückzahlbare Zuschüsse für die Wiederherstellung und -beschaffung von zerstörtem Betriebsvermögen. Betroffene Betriebe können diese nicht rückzahlbaren Zuschüsse zur Finanzierung des Anlage- und Umlaufvermögens verwenden, aber auch für die Tilgung von Verbindlichkeiten (z. B. Bankdarlehen, Förderkredite), sofern dadurch das Weiterbestehen des Unternehmens gesichert werden kann. Die Durchführung erfolgt durch die Deutsche Ausgleichsbank (DtA) in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Landesförderinstituten.
- Erweiterte Möglichkeiten des Eigenkapitalhilfeprogramms der DtA gewähren ein nachrangig haftendes eigenkapitalersetzendes Darlehen, unabhängig vom Zeitpunkt der Unternehmensgründung.
- Darlehen zu besonders zinsgünstigen Konditionen aus dem Hochwasserprogramm der Kreditanstalt für Wiederaufbau. Diese Darlehen werden mit einer 80%igen Haftungsfreistellung der Banken flankiert. Auf diese Weise wird die Bereitschaft der Hausbanken zur Vergabe dieser Kredite erhöht.
- Sonderprogramm „Hochwasser“ im Rahmen der Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) stellt zusätzliche Mittel in Höhe von 170 Mio. Euro zur Verfügung. Ziel des Sonderprogramms ist es, die Wiederherstellung bzw. den Ersatz vom Hochwasser beschädigter Wirtschaftsgüter von gewerblichen Unternehmen mit überregionaler Ausrichtung und von wirtschaftsnahen Infrastruktureinrichtungen zu beschleunigen sowie bedrohte Arbeitsplätze zu sichern. Eckpunkte des Sonderprogramms sind:

  Gewerbliche Investitionen von kleinen und mittleren Unternehmen können mit bis zu 75 % der förderfähigen Investitionskosten gefördert werden; für größere Betriebsstätten gilt ein Förderhöchstsatz von 50 %; daneben besteht die Möglichkeit zur Kumulierung mit weiteren Förderprogrammen.

  Förderfähig sind die Kosten der Wiederbeschaffung oder Wiederherstellung der zerstörten Wirtschaftsgüter des Sachanlagevermögens sowie von gebrauchten Wirtschaftsgütern.

  Bereits geförderte und zerstörte Wirtschaftsgüter können erneut gefördert werden; Bindefristen aus der Vorförderung gelten insoweit als erfüllt.

  Zum Wiederaufbau von zerstörten kommunalen wirtschaftsnahen Infrastruktureinrichtungen (z. B. Gewerbegebieten) können Investitionszuschüsse an betroffene Gemeinden oder sonstige Träger von bis zu 100 % der förderfähigen Kosten gewährt werden.

Die Maßnahmen von Bund und Ländern kamen auch den Unternehmen der Tourismuswirtschaft und dem Wiederaufbau der touristischen Infrastruktur zugute. Nach allgemeiner Einschätzung der Länder verliefen sowohl Antragstellung als auch Auszahlung der Mittel im Wesentlichen problemlos.

Gastgewerbe und Reiseveranstalter waren jedoch über die unmittelbaren Hochwasserschäden hinaus von einer Vielzahl von Stornierungen betroffen, auch in anderen als den vom Hochwasser geschädigten touristischen Regionen. Diese mittelbaren Schäden wurden von dem allgemeinen Soforthilfeprogramm nicht erfasst.

Deshalb hatte das BMWA bereits im Herbst 2002 für die besonders betroffenen Regionen und Unternehmen der Tourismuswirtschaft eine gezielte Informations- und Werbekampagne über die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) im In- und Ausland eingeleitet, um weitere Umsatz- und Übernachtungsrückgänge und langfristigen Imageschaden zu vermeiden. 2002 wurden für die Werbung im Inland 250 000 Euro aus dem Bundeshaushalt und für die Werbung im Ausland weitere Mittel in Höhe von 150 000 Euro aus dem DZT-Haushalt zur Verfügung gestellt. Das mit den vom Hochwasser betroffenen Ländern gemeinsam erarbeitete Konzept sah neben verstärkter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Journalistenreisen auch angebotsbezogene Werbung in publikumswirksamen Zeitschriften, in Radiosendern und im Internet vor. Zusätzlich führte das BMWA aus Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit im Herbst 2002 noch eine Bildkampagne für Urlaub und Reisen in den vom Hochwasser besonders betroffenen Regionen unter dem Motto „Mehr als Urlaub“ in den auflagen- und leserstärksten Publikumszeitschriften Deutschlands durch.

Die Informations- und Marketingmaßnahmen zugunsten der vom Hochwasser betroffenen Länder werden auch 2003 als gesondertes Projekt der DZT in Absprache mit den betroffenen Ländern fortgeführt. Dafür stellt das BMWA zweckgebunden weitere 1,2 Mio. Euro zur Verfügung. Zu den Maßnahmen, die im zweiten Halbjahr 2003 realisiert werden, gehören u. a.: umfangreiche Beihefte zum Deutschlandurlaub in ausgewählten auflagenstarken Printmedien und im Reisemagazin der Deutschen Bahn AG, eine Sendereihe im ZDF-Mittagsmagazin (Schiffs-/Bahntour von Sachsen bis Brandenburg), eine Journalisten-Rallye auf dem Elberadweg sowie verstärkte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Nutzung des Internets.

1.2.5 Touristische Potenziale von Großveranstaltungen nutzbar machen

Internationale Großveranstaltungen wie Weltausstellung, Olympische Spiele, Fußballweltmeisterschaft u. ä. rücken das jeweilige Gastland in den Blickpunkt der Weltöffentlichkeit. Die Erfahrung zeigt, dass daraus nachhaltige Impulse für den heimischen Tourismus und die Tourismuswirtschaft entstehen können.

Aufgrund der Vielzahl von Beteiligten kommt es für die gastgebende Regierung darauf an, die Anstrengungen bei der Planung, Organisation und Durchführung solcher Veranstaltungen in geeigneter Weise zu bündeln und zu steuern. Nur dann kann auch das große touristische Potenzial dieser Ereignisse ausgeschöpft werden.

Deshalb kommt der Bundesregierung im Hinblick auf bedeutende Veranstaltungen in Deutschland eine besondere Aufgabe zu. Über das Auslandsmarketing – durchgeführt von der DZT – hinaus gilt es, die Veranstalter und sonstigen Beteiligten koordinierend zu unterstützen und Synergien zu schaffen. Dies galt in der Vergangenheit für die EXPO 2000 ebenso wie es aktuell für die FIFA-WM 2006 sowie die Kandidatur für Olympia 2012 zutrifft.

Auch die Kandidatenstädte Leipzig und Rostock für die Olympischen Spiele 2012 werden umgehend im Marketing der DZT herausgestellt.

Das EXPO-Jahr 2000

Das EXPO-Jahr 2000 hat Rekordergebnisse für den deutschen Tourismus gebracht:

– die Gästeankünfte stiegen gegenüber dem Vorjahr um 6 % auf 108 Mio.,

– die Übernachtungen nahmen ebenfalls um 6 % auf 326 Mio. zu,

– der Zuwachs der Gäste aus dem Ausland betrug fast 11 %.

Dies, obwohl 1999 bereits enorme Zuwächse zwischen 5 und 6 % bei Ankünften und Übernachtungen erreicht worden waren.

Ausschlaggebend für den Erfolg waren vor allem die gebündelten Marketingbemühungen der DZT in Abstimmung mit den Ländertourismusorganisationen im Ausland, aber auch die gute Zusammenarbeit zwischen dem Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages, der Bundesregierung, den Ländern, Verbänden und Unternehmen mit der EXPO GmbH.

Durch die Weltausstellung hat das touristische Angebot eine neue Qualität erreicht, wovon nicht nur die Gäste, sondern vor allem auch das Gastgewerbe, Reiseveranstalter und Reisemittler in ganz Deutschland in erheblichem Maße profitierten.

Das Thema der Weltausstellung „Mensch – Technik – Natur“, insbesondere die 487 „Weltweiten Projekte“ aus 123 Ländern, lockten mehr als 18 Mio. Besucher nach Hannover, davon 17 % aus dem Ausland. Der tourismuspolitische Höhepunkt war die Ausrichtung des Welttourismustages durch Bundeswirtschaftsministerium und Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft im Zusammenwirken mit der Welttourismusorganisation am 27. September 2000 auf dem Messegelände, verbunden mit einer internationalen Konferenz unter dem Motto „Technologie und Natur: zwei Herausforderungen für den Tourismus am Vorabend des 21. Jahrhunderts“. An der Veranstaltung nahmen über 500 internationale hochrangige Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Institutionen und Verbänden sowie der Wissenschaft teil.

Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland

Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 wird nicht nur sportlich, sondern auch touristisch ein besonders herausragendes Ereignis sein und daher einen positiven Effekt auf Übernachtungen und Einnahmen in der Tourismuswirtschaft in Deutschland haben. Vorausschätzungen nach früheren Erfahrungen ergeben, dass für die Spiele in den zwölf Austragungsorten rd. 2,8 Mio. Tickets verkauft werden und damit 4,85 Mio. Übernachtungen zu erwarten sind. Diese Zahl erhöht sich sogar auf 5,5 Mio., wenn alle Spiele ausverkauft werden. Erfahrungen haben auch gezeigt, dass der Standort und das Reiseland Deutschland bereits im Vorfeld der WM 2006 große Aufmerksamkeit im In- und Ausland findet.

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) hat die WM 2006 bereits in ihre Marketingmaßnahmen aufgenommen, so bei Messen, Workshops und Studienreisen, bei den Deutschlandangeboten in den Katalogen ausländischer Veranstalter, bei der Zusammenarbeit mit Fluggesellschaften, der Bahn AG und Busunternehmen. Außerdem präsentiert die DZT das Sportland Deutschland im Internet unter dem Portal www.Deutschland-tourismus.de und www.germany-tourism.de.

Auf der ITB Berlin 2003 hat die DZT mit dem „Organisationskomitee FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006“ einen Kooperationsvertrag unterzeichnet, der die gemeinsame Erarbeitung einer Marketing- und Vertriebsstrategie vorsieht. Diese Kooperation steht für die gemeinsame Bewerbung Deutschlands als Reiseland im Vorfeld der WM 2006. Es wird ein Aktionsplan erstellt, der 2004, zum Teil schon vorher in Kraft treten soll und der eine Fülle von Feldern der Zusammenarbeit festlegt.

Das BMWA wird diese Vorbereitungen auch tourismuspolitisch intensiv begleiten und arbeitet in der ressortübergreifenden Arbeitsgruppe der Bundesregierung zur Vorbereitung und Umsetzung erforderlicher Maßnahmen zur WM 2006 mit.

1.2.6 Den Einsatz moderner Technologien und neuer Medien fördern

Der elektronische Geschäftsverkehr – eines der bedeutendsten Anwendungsgebiete der neuen Informations- und Kommunikationstechniken – ist ein Handlungsschwerpunkt des BMWA. Das BMWA fördert seit 1998 insgesamt 24 regionale und drei branchenbezogene Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr. Sie bieten Erstberatung vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen. Diese Beratung ist nicht auf technische Fragen beschränkt, sondern bezieht die unternehmerischen Chancen und Auswirkungen des elektronischen Geschäftsverkehrs mit ein. Diese Förderinitiative, die zunächst auf eine Laufzeit von drei Jahren ausgelegt war, wird aufgrund der regen Nachfrage und des weiterhin bestehenden Beratungsbedarfs speziell kleinerer Unternehmen und des Handwerks bis Ende 2005 fortgeführt.

Die Informations- und Kommunikationstechnologien sind inzwischen auch aus dem touristischen Alltag nicht mehr wegzudenken. Zunächst waren es die großen Reiseveranstalter und Reisebüros sowie Fluggesellschaften, die in das E-Business eingestiegen sind. Die zahlreichen kleinen und mittelständischen Tourismusunternehmen, die in der Regel nicht über ausreichendes Potenzial und Fachwissen verfügen, sahen sich hier Wettbewerbsnachteilen gegenüber den wenigen „Großen" ausgesetzt.

Da für Reiseveranstalter und Reisebüros durchaus ein spezifischer Beratungsbedarf besteht, der in dieser Form durch die bestehenden regionalen Kompetenzzentren nicht abgedeckt werden kann, hatte das BMWA dem Deutschen Reisebüro- und Reiseveranstalter-Verband (DRV) vorgeschlagen, für die Tourismuswirtschaft ein eigenes branchenspezifisches Kompetenzzentrum zu schaffen, das KET = „Kompetenzzentrum E-Business Touristik".

Das KET wurde Ende 2000 gegründet und nahm Anfang 2001 seine Tätigkeit auf. Die Finanzierung erfolgt zu einem großen Teil aus Fördermitteln des BMWA (insgesamt rd. 689 000 Euro) und ist zunächst bis zum 30. September 2003 begrenzt. Eine Fortführung des Projektes – angepasst an neue, bislang noch nicht erfasste Entwicklungen – bis Ende 2005 ist vorgesehen. Das KET ist in ein Netzwerk aller Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr eingebunden.

Vorrangige Zielgruppe des KET sind kleine und mittelständische, nicht konzernintegrierte Unternehmen aus dem Reisemittler- und Reiseveranstalterbereich.

KET bietet kostenlose und neutrale Informations- und Einstiegsberatung über Möglichkeiten und Modalitäten der Nutzung des Internet und anderer Netze für geschäftliche Zwecke an und führt hersteller- und anbieterneutrale Workshops, Seminare und Schulungen (gegen geringe Teilnahmegebühr) durch.

Inhaltlich beschäftigt sich das KET in den Workshops vor allem mit folgenden Themen:

– technische Anforderungen an ein E-Business-Konzept (Domain-Beschaffung, Homepage-Gestaltung, Einbindung in Online-Booking-Engines usw.);
– Zahlungsabwicklung im E-Business;
– Abwicklung von Buchungsanfragen im Online-Geschäft;
– rechtliche Rahmenbedingungen des E-Business;
– Kundengewinnung und Kundenbindung im E-Business;
– Verknüpfung des E-Business mit stationärem Vertrieb und Call-Center-Aktivitäten;
– E-Marketing im touristischen Vertrieb;
– Bedeutung des „Fulfillment" im E-Business (Zahlungsabwicklung, Erstellung der Reiseunterlagen, Logistik/Zustellung der Reiseunterlagen).

Der Service des KET wurde durch die Tourismusunternehmen gut angenommen; es gehört mit zu den erfolgreichsten Kompetenzzentren in Deutschland.

2 Tourismus und Verkehr

Mobilität integriert Wirtschafts- und Lebensräume. Die Erreichbarkeit touristischer Destinationen hängt wesentlich von hochwertigen Infrastrukturen und einer leistungsfähigen Verkehrswirtschaft ab. Zur Qualitätssicherung im Tourismus sind gute Verkehrsanbindungen der touristischen Zielorte von entscheidender Bedeutung.

Angesichts der bis zum Jahre 2015 prognostizierten Zunahme der Personenverkehrsleistungen um 20 % (gegenüber 1997), darunter im Urlaubsverkehr sogar um mehr als 40 %, bedarf es eines Verkehrskonzeptes, mit dem die Verkehrsintensität verringert und der Anteil der umweltfreundlichen Verkehrsträger Schiene, Wasserstraße und ÖPNV sowie des nichtmotorisierten Verkehrs gestärkt wird. Dabei strebt die Bundesregierung bis 2020 gegenüber 1999 insgesamt einen Rückgang der Transportintensität von 20 % im Personenverkehr an. Zudem bedarf es einer weit gehenden Integration und Vernetzung der Verkehrssysteme untereinander, bei der die jeweiligen spezifischen Vorteile von Schiene, Straße, Wasserstraße und Luftraum in einem integrierten Gesamtverkehrssystem genutzt werden.

2.1 Verkehrsinfrastruktur ausbauen

Im Zeitraum von 1991 bis 2002 wurden aus dem Bundeshaushalt rd. 132 Mrd. Euro für Verkehrsinfrastrukturinvestitionen bereitgestellt. Davon wurden rd. 44 Mrd. Euro in die Schienenwege, rd. 53 Mrd. Euro in die Bundesfernstraßen, knapp 7 Mrd. Euro in die Bundeswasserstraßen sowie rd. 28 Mrd. Euro im Rahmen des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes (GVFG) investiert.

Darüber hinaus wurden über 5 Mrd. Euro Eigenleistungen der Deutsche Bahn AG, knapp 3 Mrd. Euro im Rahmen der privaten Vorfinanzierung von Bundesfernstraßen sowie rd. 1,4 Mrd. Euro durch Mitfinanzierung Dritter bei den Straßen und Wasserstraßen erbracht. In den übrigen Bereichen wurden im gleichen Zeitraum rd. 1,5 Mrd. Euro investiert.

Die neuen Bundesländer sind dabei mit rd. 53 Mrd. Euro – das entspricht rd. 40 % aller Verkehrsinvestitionen – überproportional berücksichtigt worden. Schwerpunkt sind die 17 Verkehrsprojekte Deutsche Einheit (VDE) mit einem Gesamtvolumen von rd. 36 Mrd. Euro, von dem bis zum Ende 2002 knapp 22 Mrd. Euro umgesetzt wurden. Alle VDE sind in Angriff genommen bzw. bereits abgeschlossen. So sind bereits sechs Schienenprojekte fertig gestellt. Hierbei handelt es sich um die Strecken Hamburg–Berlin, Helmstedt–Magdeburg–Berlin, Eichenberg–Halle, Bebra–Erfurt, Uelzen–Salzwedel–Stendal und Hannover–Berlin. Bei den VDE der Bundesfernstraßen wurden bis Ende 2002 rd. 1 310 km sechsstreifig erweitert oder neu gebaut. Das

Neubauprojekt A 14 Magdeburg–Halle ist vollständig und die Ausbauprojekte A 2 Hannover–Berlin sowie A 9 Berlin–Nürnberg sind weitestgehend fertig gestellt.

Noch vor der parlamentarischen Sommerpause soll der Entwurf des Bundesverkehrswegeplanes (BVWP) 2003 zusammen mit den Entwürfen des Ersten Gesetzes zur Änderung des Schienenwegeausbaugesetzes und des Fünften Gesetzes zur Änderung des Fernstraßenausbaugesetzes dem Bundeskabinett zum Beschluss vorgelegt werden.

Eine zentrale Grundlage des BVWP 2003 ist das „Zukunftsprogramm Mobilität“ (Kabinettsbeschluss vom 6. März 2002). Es sieht bis 2010 Investitionen in Höhe von 90 Mrd. Euro vor und präzisiert die wesentlichen Schwerpunkte:

– gezielte Beseitigung von Verkehrsengpässen (u. a. 1 100 km sechsstreifige Autobahnerweiterung und Modernisierung des Schienennetzes),
– Modernisierung der Verkehrsinfrastruktur in den neuen Bundesländern,
– Verkehrsentlastung und Steigerung der Lebensqualität in Städten und Gemeinden durch den Bau von 300 Ortsumgehungen,
– Stärkung des maritimen Standortes durch Hinterlandanbindungen,
– Bestandsnetzinvestitionen sowie
– Förderung moderner Verkehrstechnologien (z. B. Transrapid und Europäisches Satellitennavigationssystem Galileo).

Mit den Investitionen der drei Programme Investitionsprogramm für den Ausbau der Bundesschienenwege, Bundesfernstraßen und Bundeswasserstraßen 1999 bis 2002, Antistauprogramm 2003 bis 2007 und Zukunftsinvestitionsprogramm 2001 bis 2003 einschließlich der Investitionsschleppen, den neuen Vorhaben des Entwurfs des BVWP 2003 sowie den dort ausgewiesenen Erhaltungsinvestitionen kann die Verkehrsinfrastruktur bedarfsgerecht erhalten und ausgebaut werden.

2.2 Luftfahrt

Die Terroranschläge des 11. September 2001 haben die Luftfahrt schwer in Mitleidenschaft gezogen. Nach Kündigung der Versicherungen für Kriegs- und Terrorschäden übernahm die Bundesregierung von Ende September 2001 bis Ende 2002 eine Staatsgarantie für diese Risiken.

Innerhalb der EU wurde mit der zeitweiligen Aussetzung der so genannten „Use-it-or-lose-it“-Regelung bei den Slots eine kapazitätssichernde Maßnahme getroffen.

2.2.1 Luftsicherheit

Die Terroranschläge vom 11. September 2001, bei denen die entführten Flugzeuge nicht nur als Erpressungspotenzial bzw. zur Durchsetzung von Forderungen, sondern als eigenes Tatmittel eingesetzt wurden, machten folgende Maßnahmen erforderlich:

– Sofortige Verschärfung der Fluggastkontrollen,
– Einsatz speziell ausgebildeter Flugsicherheitsbegleiter des Bundesgrenzschutzes an Bord deutscher Luftfahrzeuge,
– Koordination der Flugsicherungskontrollzentralen der Deutschen Flugsicherung mit den Dienststellen der Luftverteidigung,
– Verstärkung und Verriegelung der Cockpittüren in den Verkehrsflugzeugen,
– Videoüberwachung des Zugangsbereichs zum Cockpit.

Auf europäischer Ebene ist unter maßgeblicher Mitwirkung der Bundesregierung am 19. Januar 2003 die „Verordnung (EG) 2320/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 2002 zur Festlegung gemeinsamer Vorschriften über die Sicherheit in der Zivilluftfahrt“ in Kraft getreten, auf deren Grundlage in allen Mitgliedstaaten ein einheitlich hoher Sicherheitsstandard gewährleistet werden soll. Hierzu gehören insbesondere:

– Kontrolle des Zugangs zu den Sicherheitsbereichen der Flughäfen und zu den Flugzeugen,
– Kontrolle der Fluggäste und ihres Handgepäcks,
– Kontrolle von Fracht- und Postsendungen,
– Schulung des Bodenpersonals,
– Festlegung von Spezifikationen für die Ausrüstung zur Durchführung der obigen Kontrollen,
– Klassifizierung der Waffen und Gegenstände, die an Bord von Flugzeugen und in den Sicherheitsbereichen der Flughäfen verboten sind.

Die Verordnung verpflichtet zudem die Mitgliedstaaten, nationale Luftsicherheitsprogramme aufzustellen und ein Qualitätssicherungssystem zu erarbeiten. Darüber hinaus ermöglicht sie den Mitgliedstaaten, bei kleineren Flugplätzen nach Durchführung einer örtlichen Gefährdungsanalyse besondere Maßnahmen anzuordnen.

2.2.2 Entschädigungsleistungen für Fluggäste

Der EU-Rat (Verkehr) erreichte auf seiner Tagung im Dezember 2002 eine politische Einigung zum VO-Vorschlag über Ausgleichs- und Unterstützungsleistungen für Fluggäste im Falle der Nichtbeförderung und bei Annullierung oder großer Verspätung von Flügen.

Der VO-Entwurf sieht umfangreiche Ansprüche gegen Luftfahrtunternehmen und Reiseveranstalter vor: Ausgleichszahlungen, Umbuchung, Erstattung des Flugpreises, Betreuung. Die neue VO soll die VO (EWG) 295/01 ersetzen, die sich auf Ausgleichsleistungen für Nichtbeförderung wegen Überbuchung im Linienflugverkehr beschränkte.

Die Höhe der Ausgleichszahlungen im Falle von Nichtbeförderung wegen Überbuchung oder Annullierung von Flügen ist gestaffelt nach Entfernungszonen und der eingetretenen Verspätung bei der Erreichung des Reiseziels. Sie beträgt zwischen 125 und 600 Euro und wird auf etwaige Schadensersatzleistungen nach anderen Vorschriften angerechnet. Die VO bedarf noch der Zustimmung des Europäischen Parlaments.

2.2.3 Einheitlicher europäischer Luftraum

Die Europäische Kommission hat ein Verordnungspaket zur Schaffung eines einheitlichen europäischen Luftraums (Single European Sky, SES) entwickelt. Dabei wurden nationale Grenzen, militärische Luftraumnutzung, Mängel bei der Interoperabilität der nationalen Flugsicherungssysteme

und fehlende Fluglotsen als Ursachen für die unakzeptablen Verspätungen im zivilen Luftverkehr identifiziert. Mit der Verabschiedung des Vorhabens wird bis Ende 2003 gerechnet, die Umsetzung von Maßnahmen in den Mitgliedstaaten soll ab 2005 erfolgen.

2.2.4 Ausbau der Flughäfen

Im Zuge der Deregulierung und Liberalisierung der Luftverkehrsmärkte und der damit einhergehenden Verschärfung des Wettbewerbs sind die Beförderungsentgelte gesunken. Dies führt tendenziell zu einer Belebung der Nachfrage insbesondere im Flugtourismus, die durch die neu auf dem Markt agierenden „Billigflieger“ noch verstärkt wird. Daher muss das deutsche Flughafensystem durch einen nachfragegerechten Ausbau seiner Kapazitäten unter Berücksichtigung der Belange des Umweltschutzes weiter entwickelt werden. Dabei sind auch eine bessere Integration von Schiene und Straße anzustreben sowie neue Technologien zur Kapazitätssteigerung bei Start- und Landebahnsystemen zu nutzen.

Die deutschen Flughäfen sind Bestandteil des europäischen Flughafennetzes. Deshalb befasst sich die europäische Organisation für Flugsicherung EUROCONTROL im Rahmen der Ausbauplanung des europäischen Luftverkehrsmanagements auch mit der Entwicklung der Flughafenkapazitäten. Unter Beteiligung der nationalen Experten werden im Rahmen der so genannten Gate-to-Gate-Strategie für den Zeitraum bis 2015 zahlreiche Arbeitspakete zu diesem untrennbar mit der europäischen Flugsicherungskapazität verbundenen Bereich realisiert.

2.2.5 Umweltschutz im Luftverkehr

Angesichts der prognostizierten Zunahme des Luftverkehrs kommt den Anstrengungen zur Vermeidung von Emissionen (Lärm, Schadstoffe) eine große Bedeutung zu. Deutschland richtet sich hierbei grundsätzlich nach den Entscheidungen und Beschlüssen im Rahmen der Internationalen Zivilluftfahrt-Organisation (ICAO).

Die Verringerung von Schadstoffen erfolgt künftig in Umsetzung einer ICAO-Resolution zum Einsatz marktorientierter Maßnahmen (Emissionshandel; freiwillige Vereinbarungen, Abgaben).

Die Reduzierung von Lärm durch Flugzeuge, die regelmäßig auch für den touristischen Verkehr eingesetzt werden, orientiert sich künftig an einem neuen strengeren Standard zur Lärmzertifizierung für so genannte Kapitel 4-Flugzeuge, der unter maßgeblich deutscher Beteiligung beschlossen wurde.

Darüber hinaus hat die ICAO Vorschläge für verbesserte lärmgeminderte Abflugverfahren vorgelegt sowie grundsätzliche Ziele der Anwendung eines umfassenden Ansatzes (balanced approach) mit den Elementen Lärmstandard, planerische Ansätze für die Flughafenumgebung, lärmmindernde operationelle Verfahren, operationelle Beschränkungen definiert.

Entsprechend der Koalitionsvereinbarung soll in dieser Legislaturperiode das Fluglärmgesetz mit dem Ziel novelliert werden, den passiven Schallschutz der Bevölkerung deutlich zu verbessern.

2.2.6 Kerosinbesteuerung

Die Einführung einer Mineralölbesteuerung für die internationale gewerbliche Luftfahrt ist ein politisches Ziel der Bundesregierung, das allerdings nicht auf nationaler Ebene gelöst werden kann. Aus Sicht der EU-Kommission ist auch ein europäischer Alleingang zur Abschaffung der Kerosinsteuerfreiheit inakzeptabel, da bei nur geringem ökologischem Nutzen mit gravierenden negativen wirtschaftlichen Konsequenzen für die europäischen Luftverkehrsgesellschaften zu rechnen wäre, sofern nur die Gemeinschaftsunternehmen besteuert würden. Diese Haltung der Kommission wird von der Mehrheit der EU-Mitgliedstaaten unterstützt. Die EU-Kommission sieht als Alternative zur Abschaffung der Kerosinsteuerbefreiung die Einführung emissionsabhängiger Aufschläge auf Flugstreckengebühren. Dieses Instrument wird derzeit im Rahmen der Internationalen Zivilluftfahrt-Organisation (ICAO) unter Mitwirkung der EU-Kommission und der Mitgliedstaaten zur Anwendungsreife entwickelt.

Die Bundesregierung prüft gegenwärtig, welche rechtlichen Möglichkeiten bestehen, eine Kerosinbesteuerung einzuführen und welche wirtschaftlichen Konsequenzen – nicht zuletzt für den Tourismus – damit verbunden wären.

2.3 Eisenbahn

Die Investitionen in die Schienenwege der Eisenbahnen des Bundes sind nach einem historischen Investitionstief von 2,9 Mrd. Euro im Jahr 1998 auf einem dem tatsächlichen Baubedarf entsprechenden Niveau von über 4 Mrd. Euro verstetigt worden. Damit können Neu- und Ausbau der Schienenwege sowie notwendige Ersatzinvestitionen im bestehenden Netz bedarfsgerecht erfolgen. Dies ist wiederum Voraussetzung für die Bahn, qualitativ hochwertige und kundengerechte Angebote zu entwickeln, die die Nachfrage nach Schienenverkehrsleistungen erhöhen. Durch eine verbesserte Einnahmesituation eröffnen sich Spielräume für Investitionen in modernes Zugmaterial, wovon auch touristische Zielgebiete profitieren.

Im Fernreiseverkehr der DB AG wurden beispielsweise zum Fahrplanwechsel 15. Dezember 2002 die Angebote im Hochgeschwindigkeitseisenbahnverkehr mit voller Inbetriebnahme der Neubaustrecke Köln–Rhein/Main ausgeweitet. Durch den Einsatz modernster und komfortabler Hochgeschwindigkeitszüge, die eigens für diese Strecke konzipierten ICE 3, kann ein attraktives und zu PKW und Luftverkehr konkurrenzfähiges Fernverkehrs-Produkt auf der Schiene angeboten werden.

Bahn und Luftverkehr sind aber nicht nur Konkurrenten, sondern gehen auch Partnerschaften ein. Beispiele hierfür sind die Angebote „Rail & Fly/Fly & Rail“, „AIRail“, oder „Check-in an Bahnhöfen“.

Die Förderung des Wettbewerbs der Eisenbahnunternehmen untereinander auf ein- und demselben Schienennetz ist eines der ordnungspolitischen Ziele der Bundesregierung, denn dies führt zu besseren, kundengerechten Angeboten. Mit der Realisierung der Vorschläge der Task Force „Zukunft Schiene“ wird die Unabhängigkeit des Netzes bei der Trassenvergabe und Trassenpreisfestsetzung gewährleistet. Durch eine Erweiterung der Kompetenzen des Eisenbahn-Bundesamtes als Aufsichtsbehörde wird dafür Sorge getragen, eine Diskriminierung von Eisenbahnunternehmen beim Netzzugang zu verhindern.

Besonders im Schienenpersonennahverkehr hat der Wettbewerb verschiedener Eisenbahnverkehrsunternehmen seit der Regionalisierung im Jahre 1996 zugenommen. Dies führte zu verbesserten Angeboten und steigenden Reisendenzahlen.

Seit Beginn der Bahnreform 1994 stiegen die von der DB Regio AG erbrachten Verkehrsleistungen von rd. 480 Mio. Zugkilometer bis zum Jahr 2001 um mehr als 12 % auf über 550 Mio. Zugkilometer. Der Anteil anderer Verkehrsunternehmen in diesem Marktsegment stieg im gleichen Zeitraum von rd. 6 Mio. Zugkilometer auf über 45 Mio. Zugkilometer und deckt damit heute rd. 8 % des gesamten Angebotes im Schienenpersonennahverkehr ab.

Auch auf europäischer Ebene setzt sich die Bundesregierung nachdrücklich für einen diskriminierungsfreien Zugang aller europäischer Eisenbahnunternehmen zu den Schienennetzen in ganz Europa ein.

2.4 Öffentlicher Personennahverkehr und Fahrrad

Die Verantwortung für die Ausgestaltung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) einschließlich des Schienenpersonennahverkehrs (SPNV), insbesondere auch hinsichtlich der touristischen Anforderungen, liegt grundsätzlich bei den Ländern. Der Bund stellt jedoch Finanzmittel in erheblichen Umfang zur Verfügung. So erhalten die Länder im Rahmen des Regionalisierungsgesetzes aus dem Mineralölsteueraufkommen des Bundes im Jahr 2003 rd. 6,8 Mrd. Euro, die bei einer vereinbarten jährlichen Steigerungsrate von 1,5 % im Jahr 2007 rd. 7,3 Mrd. Euro betragen werden. Hinzu kommen noch jährlich rd. 1,7 Mrd. Euro auf der Grundlage des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes.

Insgesamt haben sich Qualität und Attraktivität des ÖPNV spürbar verbessert, wobei aber noch erhebliche Verbesserungspotenziale im Hinblick auf einen zukünftigen Wettbewerbsmarkt vorhanden sind. Neben der Erhöhung des Fahrzeugkomforts kommen verstärkt innovative Informationstechnologien zur Anwendung.

Zur Unterstützung einer unternehmensunabhängigen Fahrplanauskunft hat die Bundesregierung in enger Zusammenarbeit mit den Ländern, der Deutschen Bahn AG, den öffentlichen Nahverkehrsunternehmen sowie den Herstellern von Auskunftssystemen das Projekt DELFI (Durchgängige Elektronische Fahrplaninformation) finanziell gefördert. Die DELFI-Funktionalität wird derzeit schrittweise durch die Auskunftsanbieter/Verkehrsverbünde für die Kunden nutzbar gemacht und soll flächendeckende, durchgängige Informationen (Zeiten, Verkehrsmittel, Umsteigbeziehungen) über alle Anbieter von Nah-, Regional- und Fernverkehrsverbindungen ermöglichen.

Die Bundesregierung fördert außerdem das Projekt „Elektronisches Fahrgeldmanagement“ des Verbandes Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV). Es soll spätestens zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland einsatzbereit sein. Dann kann auch der Tourist das ÖPNV-System nutzen, ohne die für ihn fremden Fahrpreise studieren bzw. Fahrscheine erwerben zu müssen. Damit werden entscheidende Zugangshemmnisse („nutzen möglichst ohne nachzudenken“) beseitigt.

Insbesondere das Fahrrad ist ein umweltfreundliches und gesundheitsförderndes Verkehrsmittel, das sich im Freizeitbereich wachsender Beliebtheit erfreut. Die Politik der Bundesregierung zielt darauf, das Fahrrad als Verkehrsmittel zu einem anerkannten, viel genutzten und gleichberechtigten Verkehrsmittel weiterzuentwickeln. So werden mit dem von der Bundesregierung im April 2002 vorgelegten Nationalen Radverkehrsplan (NRVP) für den Zeitraum 2002 bis 2012 neue Wege und Umsetzungsstrategien zur Radverkehrsförderung initiiert, Handlungsempfehlungen gegeben und insgesamt ein Beitrag für ein fahrradfreundliches Klima in Deutschland geleistet.

Die wichtigsten Ziele des NRVP sind:

– Steigerung des Radverkehrsanteils am Gesamtverkehr,
– Förderung des Radverkehrs als Bestandteil einer nachhaltigen integrierten Verkehrspolitik sowie
– Verbesserung der Verkehrssicherheit.

Der Bund fördert den Fahrradverkehr auch durch den Bau von Radwegen an Bundesfernstraßen (bis Ende 2002 rd. 16 000 km). Im Bundeshaushalt 2002 wurde hierfür erstmals ein eigener Titel in Höhe von 100 Mio. Euro vorgesehen, was einer Verdopplung der Mittel im Vergleich zu den Vorjahren entspricht.

Derzeit wird geprüft, wie die Radfahrregelungen in der Straßenverkehrs-Ordnung (StVO) auf der Basis der mit der Fahrradnovelle von 1997 gewonnenen Praxiserfahrungen zugunsten eines sicheren und attraktiven Fahrradverkehrs überarbeitet werden können. Im Rahmen einer entsprechenden StVO-Novelle ist unter anderem vorgesehen, den Planungs- und Straßenverkehrsbehörden vor Ort durch Änderung der den Radverkehr betreffenden Vorschriften der StVO eine größere Flexibilität bei der Einrichtung von Radverkehrsanlagen zu eröffnen, zudem durch Straffung und Vereinfachung einige Vorschriften „radverkehrsfreundlicher“ zu gestalten.

2.5 Ferienreiseverordnung/Verkehrsinformationskanal TMC/Touristische Beschilderungen an Autobahnen

Im Rahmen der Ferienreiseverordnung gelten an allen Samstagen in den Hauptreisemonaten Juli/August neben dem ganzjährigen Sonn- und Feiertagsfahrverbot in der Zeit von 7.00 bis 20.00 Uhr Beschränkungen für LKW über 7,5 t sowie für Anhänger hinter LKW auf bestimmten stark frequentierten Autobahnen und einzelnen Bundesstraßen. Der zwischenzeitlich veränderte Ausbauzustand auf der einen sowie veränderte Verkehrsbelastungen auf der anderen Seite haben mancherorts eine Anpassung der Beschränkungen notwendig gemacht. Diesem Erfordernis wurde im Jahre 2002 durch die Herausnahme bzw. Neuaufnahme einzelner Autobahn- und Bundestraßenabschnitte in den Katalog der Verbotsstrecken der Ferienreiseverordnung Rechnung getragen. Dies wird zu einer weiteren Erleichterung des touristischen Verkehrs während dieser besonders kritischen Jahreszeit beitragen. Außerdem findet in den Sommermonaten und zu Ostern und Pfingsten nach wie vor eine Beschränkung von Straßenbauarbeiten statt. Auch Sonder- und Militärtransporte sollen an Hauptreisetagen möglichst nicht genehmigt werden.

Mit der Einführung des Radio-Daten-Systems (RDS) und der Bereitstellung eines Verkehrsinformationskanals TMC (Traffic-Message-Channel) ist der seit mehr als 30 Jahren existierende Verkehrswarndienst/Verkehrsfunk weiter verbessert worden. Mit RDS/TMC werden Verkehrswarnmel-

dungen in digitaler Form parallel und unhörbar zum laufenden Rundfunkprogramm übertragen. Mit speziellen RDS/TMC-fähigen Autoradios kann sich der Verkehrsteilnehmer ständig über die aktuelle (örtliche) Verkehrssituation informieren und ist nicht mehr auf die in der Regel halbstündige Ausstrahlung der gesprochenen Verkehrsnachrichten von Rundfunksendern angewiesen. Von besonderem Interesse sind über RDS/TMC ausgestrahlte Verkehrsinformationen auch zur Dynamisierung von Zielführungssystemen (Navigationssystemen), die damit in die Lage versetzt werden, ihre Routenempfehlungen der aktuellen Verkehrslage entsprechend anzupassen. Das RDS/TMC-System arbeitet überwiegend rechnergestützt, damit alle in die Meldungskette eingebundenen Institutionen wie Straßenbaubehörden, Straßenverkehrsbehörden, Polizeibehörden, Rundfunksender, Automobilclubs miteinander kommunizieren können, ohne dass dabei Zeitverluste entstehen.

Das neue Verkehrsfunksystem ist in ganz Deutschland flächendeckend in Betrieb. RDS/TMC-Dienste sind bzw. werden inzwischen in vielen Ländern Europas angeboten; dies ist gerade für den internationalen Tourismus von Bedeutung, da die Informationen kodiert übertragen werden und im Empfangsgerät in der Sprache des Empfängers oder graphisch angeboten werden können.

Die für die touristische Beschilderung an Autobahnen geltenden Richtlinien werden flexibler gestaltet. In Abänderung der bisherigen Regelung soll nunmehr auch auf Sehenswürdigkeiten hingewiesen werden können, die nicht von der Autobahn aus sichtbar, aber in der Nähe gelegen sind. Durch die Halbierung des Abstandes der einzelnen Tafeln untereinander wird dann auch die Möglichkeit bestehen, auf mehr Sehenswürdigkeiten als bisher aufmerksam zu machen. Davon wird der Tourismusstandort Deutschland profitieren.

3 Tourismus und Umwelt

3.1 Tourismus hat Umweltauswirkungen

Wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig ist der Tourismus auf eine intakte Natur und Umwelt angewiesen. Umweltprobleme werden von den Reisenden zunehmend wahrgenommen und beeinflussen die Entscheidung für ein Zielgebiet in hohem Maße. Umgekehrt gehören Natur- und Landschaftserlebnis zu den wichtigsten Urlaubsmotiven.

Die Betrachtung der touristischen Umweltauswirkungen zeigt ein differenziertes Bild. Das mit Abstand größte Umweltproblem stellen die mit dem Tourismus verbundenen und vor allem die durch den grenzüberschreitenden Flugverkehr verursachten Treibhausgasemissionen dar. Sie beliefen sich 1999 auf 74,6 Mio. Tonnen. In dieser Zahl sind der Inlandstourismus sowie 70 % der Auslandsreisen enthalten. Andere Felder der Umweltpolitik, wie Gewässernutzung, Abfallaufkommen und Lärm, stellen demgegenüber zumindest in Deutschland allenfalls saisonal und lokal eine erkennbare Belastung dar.

In den Bereichen Flächenverbrauch und Verlust der Biodiversität lässt sich der Tourismus nur in wenigen Fällen als alleiniger oder überwiegender Verursacher identifizieren. Dort, wo der kausale Zusammenhang erkennbar ist, können aber erhebliche Beeinträchtigungen nachgewiesen werden. So hat die European Union for Coastal Conservation (EUCC) 1992 Statistiken zu Veränderung und Verlust der Dünenlandschaften Europas veröffentlicht. Danach gingen zwischen 1900 und 1990 15 bis 20 % der Dünen an der deutschen Nord- und Ostseeküste verloren. Im Mittelmeerraum waren es sogar zwischen 40 und 80 % durch den Bau touristischer Anlagen und damit verbundener Nutzungen.

Andererseits stellt die Biologische Vielfalt aber auch den Bereich dar, in dem am häufigsten die positiven Auswirkungen des Tourismus auf Umwelt und Natur spürbar sind. So kann der Tourismus dazu beitragen, traditionelle Kulturlandschaften und Wirtschaftsformen (z. B. Berglandwirtschaft) zu erhalten, sowie historische Stätten oder Schutzgebiete zu finanzieren. In vielen ökologisch sensiblen Regionen bietet er Einkommensalternativen, die es der einheimischen Bevölkerung ermöglichen, auf ökologisch nachteiligere Nutzungen zu verzichten.

3.2 Nachteilige Umweltauswirkungen begrenzen

Die Politik der Bundesregierung im Bereich Umweltschutz und Tourismus zielt vor allem auf die umweltverträgliche Gestaltung und Stärkung des Inlandstourismus. Von den hierzu in der 14. und 15. Legislaturperiode ergriffenen Maßnahmen und geförderten Projekten sind die Einführung der Umweltdachmarke Viabono, die Erprobung der Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in sensiblen Gebieten und die Projekte für naturnahen, umweltverträglichen Tourismus zu nennen.

Die Umweltdachmarke Viabono ist das Ergebnis eines langjährigen Diskussionsprozesses um die Einführung einer einheitlichen Umweltkennzeichnung für touristische Produkte. Die Bundesregierung hatte diesen Diskussionsprozess durch den Vorschlag, eine Marke anstelle eines Gütesiegels zu etablieren, neu angestoßen. Diesem Vorschlag sind sowohl die Umwelt- als auch die Tourismus- und Kommunalverbände gefolgt.

Im Laufe des Diskussionsprozesses wurden Kriterien für die Segmente Tourismuskommunen, Hotel- und Gastgewerbe, Ferienwohnungen und Privatzimmer, Campingplätze sowie Großschutzgebiete entwickelt. Alle Kriterienkataloge umfassen die Bereiche Abfall, Energie, Wasser, Lärm, Mobilität, Natur und Landschaft, Architektur und Siedlung, Information, Wohlbefinden der Gäste, regionale Wirtschaftskreisläufe sowie Umweltmanagement. Hiermit wird ein bundesweit einheitlicher Rahmen für alle wichtigen touristischen Angebotsbereiche geschaffen. Die Kriterien gehen über die Identifizierung und Realisierung von Einsparpotenzialen insbesondere durch den Einsatz von Umwelttechnologie und Umweltmanagement hinaus. So zielen die Anforderungen im Bereich Mobilität z. B. darauf, die mit dem Reisen verbundenen Verkehrsemissionen zu reduzieren. Auch die Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe (z. B. Lebensmittel aus der Region) wird maßgeblich unterstützt.

Die Bundesregierung erwartet von der Umweltdachmarke Viabono eine Stärkung nachhaltiger Tourismusangebote und eine Steigerung der Nachfrage nach diesen Angeboten. Zugleich bietet die Vermarktungsplattform der Dachmarke die Möglichkeit, den Inlandstourismus zu fördern. Dies wird sowohl aus wirtschaftlichen und sozialen Überlegungen als auch aus umweltpolitischer Sicht angestrebt. Vergabe und Vermarktung der Umweltdachmarke Viabono sind keine staatlichen Aufgaben. Sie werden vielmehr von den an der Entwicklung der Dachmarke beteiligten Verbänden

wahrgenommen. Hierfür wurden eine GmbH für das operative Geschäft und ein Verein als Aufsichtsorgan gegründet. Die Etablierung der Marke am Markt wird auch in der 15. Legislaturperiode von der Bundesregierung gefördert und unterstützt.

Vor dem Hintergrund des steigenden Nutzungsdrucks auf Großschutzgebiete (Nationalparke, Biosphärenreservate und Naturparke) hat die Bundesregierung die Erprobung der Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten in der 14. Legislaturperiode zunächst in drei Naturparken gefördert. 2003 wird der Prozess im Nationalpark Hochharz und im Biosphärenreservat Pfälzer Wald fortgeführt. Im Unterschied zu Gütesiegeln liegt der Schwerpunkt der Charta in dem Prozess für Fortschritte auf dem Weg zu einem nachhaltigen Tourismus und nicht auf der Einhaltung festgeschriebener Mindeststandards. Die Hauptziele der Charta betreffen Schutz und Entwicklung des natürlichen und kulturellen Erbes, die Förderung der positiven ökonomischen und sozialen Auswirkungen des Tourismus, Erhalt und Verbesserung der Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung und die Entwicklung marktgerechter touristischer Angebote.

Für eine nachhaltige touristische Nutzung der deutschen Großschutzgebiete, das sind 13 Nationalparke, 14 Biosphärenreservate und 90 Naturparke, besteht noch ein großes Potenzial. Der Bundesregierung ist bewusst, dass es sich hierbei vorrangig auch um ein Vermarktungsproblem handelt. Um diesem zu begegnen, war eine Studie „Touristische Angebotsgruppe deutsche Nationalparke“ in Auftrag gegeben worden. Im Mittelpunkt der im Herbst 2001 vorgelegten Studie stehen die Empfehlungen für eine „Gemeinsame Vermarktungsstrategie“ und für „Standards für buchbare Tourismusangebote aus deutschen Nationalparken“. So wurde anstelle der bislang nicht kompatiblen verschiedenen lokalen und regionalen Reservierungssysteme eine so genannte Touristische Informations-Norm – TIN – entwickelt, die u. a. die Voraussetzung schafft, dass die regionalen Nationalparkangebote nicht nur bundesweit gebucht, sondern als Angebote auch von Reiseveranstaltern und Reisebüros wahrgenommen werden.

Ein anderes Projekt des BMWA unter der Zielsetzung „Vermarktungshilfen für Nationalparke“ beinhaltete die Präsentation aller 13 Nationalparke im Rahmen der Verbrauchermesse „Berliner Reisemarkt“ im November 2002 als weitere Marketingmaßnahme zur Erhöhung ihres Bekanntheitsgrades. Diese Angebote werden über die Internetseiten der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) weltweit vorgestellt. Die DZT-Broschüre „Lust auf Natur“ stellt die Schutzgebiete mit ihrem besonderen Erlebniswert in der Natur in den Mittelpunkt. Parallel dazu wirbt auch die Broschüre des Bundesumweltministeriums „Naturerlebnis in Deutschland“ für den Inlandstourismus.

Mit finanzieller Unterstützung des BMU sind die von EUROPARC Deutschland – dem Dachverband für die Nationalparke, Biosphärenreservate und Naturparke – herausgegebenen Broschüren „Naturerbe bewahren – Natur erleben“ und „Ankommen lohnt sich – Bleiben auch“ erschienen, die die deutschen Nationalparke und Biosphärenreservate als attraktive Urlaubsdestinationen vorstellen.

Im Rahmen eines neuen Forschungsprojekts des BMU sollen die ökonomischen Effekte, die mit Großschutzgebieten als touristische Destinationen verbunden sind, untersucht und eine Methodik zur Berechnung der hiermit verbundenen Wertschöpfung entwickelt werden.

2002 wurde ein weiteres BMU-Forschungsvorhaben zur „Entwicklung von naturverträglichen Konzepten im Bereich Sporttourismus“ vergeben. Hiermit soll dem zunehmenden Interesse an naturorientierten und landschaftsgebundenen Sportaktivitäten Rechnung getragen werden. Ziel ist, die Interessen des Naturschutzes, des Tourismus und des organisierten Sports zusammenzuführen.

3.3 Die biologische Vielfalt erhalten

Im Rahmen der internationalen Umweltpolitik sind die Klimarahmenkonvention und die Konvention zur Biologischen Vielfalt von herausragender Bedeutung. Zugleich stellen sie auch für den Tourismus wichtige umweltpolitische Vereinbarungen dar. Die spürbaren Auswirkungen des Klimawandels betreffen bereits heute einzelne touristische Zielgebiete. Die Bemühungen der Bundesregierung, national durch anspruchsvolle Ziele und ein umfassendes Klimaschutzprogramm die Verpflichtungen aus der Konvention und dem Kyoto-Protokoll zu erfüllen sowie international den Prozess voranzubringen, dienen somit auch dem Tourismus.

Klimaschutz und Schutz der Biologischen Vielfalt sind auch die wichtigsten Handlungsfelder, wenn man die Umweltauswirkungen des Tourismus betrachtet. Die mittelfristige touristische Entwicklung, der Trend zur Zweit- und Drittreise sowie die erwartete Zunahme der Flugreisen wird den Beitrag des Tourismus zu den Treibhausgasemissionen weiter anwachsen lassen. Ziel der Bundesregierung ist es deshalb, die Tourismusbranche in die flexiblen Mechanismen nach dem Kyoto-Protokoll einzubeziehen. Ein entsprechendes Forschungsvorhaben ist im Umweltforschungsplan des BMU vorgesehen.

Im Rahmen der Konvention zur Biologischen Vielfalt (CBD) wurde mit besonderer Unterstützung der Bundesregierung ein Richtlinienentwurf für die nachhaltige Tourismusentwicklung in sensiblen Gebieten erarbeitet. Dieser Richtlinienentwurf bezieht sich auf alle Formen und Aktivitäten des Tourismus in allen geographischen Regionen, z. B. Ökotourismus, konventioneller Massentourismus, Kreuzfahrttourismus, Freizeit- und Sporttourismus. Die Richtlinien beziehen sich auf die verwaltungstechnischen Rahmenbedingungen eines Tourismusprojektes, dessen Managementprozess, den Informationsaustausch zwischen allen Beteiligten, die entsprechende öffentliche Aufklärung und Bewusstseinsbildung sowie Maßnahmenempfehlungen zur Schaffung von Kapazitäten zur effektiven Umsetzung der Richtlinien. Der Richtlinienentwurf wird der 7. Vertragsstaatenkonferenz der CBD im März 2004 zur Annahme vorgelegt.

Das Übereinkommen zum Schutz der Alpen (Alpenkonvention) wird durch so genannte Durchführungsübereinkommen ausgefüllt. Das Tourismus-Protokoll verpflichtet die Vertragsparteien auf das Ziel einer nachhaltigen und ökologisch verträglichen Tourismusentwicklung. Es hat als erstes Beispiel für ein internationales Rechtsinstrument zum Komplex Umwelt und Tourismus Modellcharakter. Es enthält u. a. Bestimmungen zur Ausweisung von Ruhezonen, in denen auf eine touristische Erschließung verzichtet wird, zum landschaftsschonenden Bau und Betrieb von Skipisten, zur Einschränkung der künstlichen Beschneiung sowie zur um-

weltverträglichen Lenkung der Sportausübung. Das Tourismusprotokoll wurde 2002 von Deutschland ratifiziert. 2003 sollen erste konkrete Projekte zur praktischen Umsetzung des Protokolls beschlossen werden.

Aus der weiteren Arbeit der Bundesregierung im internationalen Rahmen sind zu nennen:

– Im Rahmen der EXPO 2000 war Deutschland Gastgeber für den Welttourismustag, eine Veranstaltung der Welttourismusorganisation, die sich schwerpunktmäßig dem Thema Mensch, Natur, Technik widmete.

– Auf einem Symposium, das parallel zum Reisepavillon in Hannover im Januar 2002 stattfand, wurden Maßnahmen der Bundesregierung zum „Internationalen Jahr des Ökotourismus“ vorgestellt und mit einem internationalen Fachpublikum diskutiert.

– Die Bundesregierung unterstützt aktiv die Initiative der Vereinten Nationen zum „Internationalen Jahr der Berge“ 2002. In einer nationalen Steuerungsgruppe unter Federführung des BMVEL werden Thesen und Handlungsempfehlungen zum Schutz des sensiblen Ökosystems der Bergwelt unter gleichzeitiger Beachtung wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Aspekte erarbeitet.

4 Sicherheit im Tourismus erhöhen und soziale Verantwortung wahrnehmen

4.1 Auslandsreisende schützen

Die Sicherheit für deutsche Touristen ist kontinuierlich verbessert worden. Der Vorbeugung dienen die Maßnahmen zur Erreichung von mehr Sicherheit im Luftverkehr.

Das ausgefeilte deutsche Reiserecht, Schutzbriefe und Reiseversicherungsangebote sowie der konsularische Schutz für Deutsche im Ausland befinden sich im internationalen Vergleich in der Spitzengruppe. Die Reisehinweise sowie ggf. auch Reisewarnungen des Auswärtigen Amts, mit denen Empfehlungen und Sicherheitshinweise für Auslandsreisen gegeben werden, erfreuen sich einer überwältigenden Nachfrage. 2002 wurden über 1 000 Hinweise für fast alle Länder der Welt herausgegeben. Die Reisehinweise werden ständig aktuell gehalten und sind im Internet (http://www.diplo.de) rund um die Uhr abrufbar oder können telefonisch sowie als Fax angefordert werden. Daneben können die deutschen Auslandsvertretungen im Rahmen ihrer konsularischen Betreuungs- und Beistandspflicht deutschen Auslandsreisenden in Notfällen Rat, Schutz und Hilfe gewähren. Dies gilt sowohl für Individualreisende als auch für Gruppen- und Pauschalreisende (z. B. auch bei Insolvenz von Reiseveranstaltern). Auch bei Naturkatastrophen sowie Flug-, Bus- und Schiffsunglücken haben die Auslandsvertretungen Hilfe geleistet. Dies schließt ggf. im Rahmen des Möglichen medizinische Betreuung durch den Gesundheitsdienst des Auswärtigen Amts ein.

4.2 Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus schützen

Die wirksame Bekämpfung des sexuellen Missbrauchs von Kindern im Tourismus ist eines der herausragenden Ziele der Politik der Bundesregierung zum Schutz von Kindern und Jugendlichen.

Bereits seit 1993 kann die deutsche Justiz einen Deutschen, der im Ausland ein ausländisches Kind (Person unter 14 Jahre) sexuell missbraucht, selbst dann strafrechtlich verfolgen, wenn die Tat im Tatortstaat nicht unter Strafe steht. Mit dem Sechsten Strafrechtsreformgesetz vom 26. Januar 1998 ist diese Möglichkeit der Strafverfolgung Deutscher auf Auslandstaten des sexuellen Missbrauchs von ausländischen Jugendlichen zwischen 14 und 16 Jahren ausgeweitet worden.

Mit gleichem Gesetz wurden alle gravierenden Fälle des sexuellen Missbrauchs von Kindern zu Verbrechen heraufgestuft und sowohl die Mindest- als auch die Höchststrafen erheblich verschärft. Speziell für den Fall, dass der sexuelle Missbrauch zum Zweck der Herstellung und Verbreitung einer kinderpornographischen Darstellung begangen wird, hat das Reformgesetz einen neuen Verbrechenstatbestand eingeführt.

In der 14. Legislaturperiode lag im Bereich des Strafrechts der Schwerpunkt auf internationaler Ebene. Die Bundesregierung hat aktiv an Vereinbarungen im Rahmen der Vereinten Nationen, des Europarates und der Europäischen Union mitgewirkt, mit denen Mindeststandards für eine wirksame Zusammenarbeit bei der Bekämpfung der sexuellen Ausbeutung von Kindern erreicht werden konnten. Zu nennen sind vor allem das Fakultativprotokoll zum VN-Übereinkommen über die Rechte des Kindes betreffend den Verkauf von Kindern sowie Kinderprostitution und Kinderpornografie – Ratifizierung und innerstaatliche Umsetzung sind in Vorbereitung – und die Rahmenbeschlüsse des Rates der EU zur Bekämpfung des Menschenhandels sowie der sexuellen Ausbeutung von Kindern und von Kinderpornographie.

Der internationalen Zusammenarbeit mit ausländischen Strafverfolgungsbehörden der Zielländer des Sextourismus kommt große Bedeutung zu. Mit Zielstaaten des Sextourismus bestehen bereits seit einigen Jahren Vereinbarungen zur Vereinfachung des Geschäftswegs für Rechtshilfeersuchen in strafrechtlichen Angelegenheiten, um eine schnelle Kommunikation zwischen den Strafverfolgungsbehörden Deutschlands und den jeweiligen betroffenen anderen Staaten zu ermöglichen. Die 1995 mit Thailand getroffene mündliche Absprache konnte 1998/1999 formell durch Notenwechsel bekräftigt werden. Auch im Rechtshilfeverkehr mit den Philippinen sind seit August 1998 Vereinfachungen möglich.

In den letzten Jahren hat sich eine intensive Zusammenarbeit insbesondere mit Tschechien entwickelt. Der bilaterale Zusatzvertrag vom 2. Februar 2000 zum Europäischen Übereinkommen über die Rechtshilfe in Strafsachen trat am 1. April 2002 in Kraft.

Die Bundesregierung hat sich für die 15. Legislaturperiode die Aufgabe gestellt, den strafrechtlichen Schutz von Kindern vor sexuellem Missbrauch unter Berücksichtigung der internationalen Standards fortzuentwickeln. Ein Gesetz zur Reform des Sexualstrafrechts befindet sich in der parlamentarischen Beratung.

Auch die Sensibilisierung der Tourismuswirtschaft für Fragen des Kindersextourismus hat große Bedeutung für seine wirksame Bekämpfung, denn die Reiseveranstalter, Reisebüros, Hotels, Luftfahrtgesellschaften usw. haben den unmittelbaren Kontakt zu den Reisenden.

Die Bundesregierung unterrichtet die Tourismuswirtschaft regelmäßig über Aktivitäten internationaler Organisationen zur Bekämpfung des Kindersextourismus, z. B. über den „Global Code of Ethics“ (verabschiedet 1999 durch die Generalversammlung der WTO), über die Tätigkeit der „Child Prostitution and Tourism Task Force“ der WTO sowie über Maßnahmen der EU-Kommission zur Bekämpfung von Sextourismus und Kinderprostitution.

Zur Sensibilisierung der Reisenden wird in Broschüren, auf Handzetteln und Gepäckanhängern deutscher Reiseveranstalter und Nichtregierungsorganisationen des Kinder- und Jugendschutzes die Thematik „Prostitution am Urlaubsort“ – speziell Kinderprostitution – angesprochen.

Im Rahmen eines Kooperationsprojektes des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) mit „terre des hommes“ und der EU-Kommission wurde ein kurzer Informationsfilm zum Kampf gegen Kindersextourismus erstellt, der durch verschiedene Luftfahrtgesellschaften als Inflight-Spot auf Interkontinentalflügen gezeigt wird. Mit Bundesförderung wurde 1999 eine deutsche Version des Inflight-Spots hergestellt und von 17 öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehanstalten kostenfrei ausgestrahlt.

Von 1999 bis Ende 2000 förderte das BMFSFJ zusammen mit der EU-Kommission das Projekt „Prävention und Bekämpfung von Kindesmissbrauch durch Sextouristen – Einführung und Erprobung des Certified Code of Conduct für Reiseunternehmen, einen Verhaltenskodex inkl. Kontrollsystem und Trainingsmaßnahmen für touristische Fachkräfte“ von ECPAT Deutschland e. V., einer Arbeitsgemeinschaft aus Nichtregierungsorganisationen, die sich nach ihrem Zweck benannt hat: „End Child Prostitution, Pornography, and Trafficking“. ECPAT Deutschland hat im Jahr 2000 gemeinsam mit dem Deutschen Reisebüro- und Reiseveranstalter-Verband e. V. (DRV) mit finanzieller Unterstützung der Bundesregierung (BMFSFJ) und der Europäischen Kommission Schulungsmaterial für die Reisebranche herausgegeben mit dem Titel „Aktiv zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung“. Im Januar 2001 hat der DRV gemeinsam mit ECPAT Deutschland einen Verhaltenskodex für seine Mitglieder zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung verabschiedet. In diesem Zusammenhang haben ECPAT Deutschland, der DRV und die Zentrale Geschäftsstelle „Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes“ ein Faltblatt „Kleine Seelen, Große Gefahr ...“ erstellt. Diese Kurzinformation, die zu Beginn der Wintersaison 2001 Urlaubern mit auf die Reise gegeben wurde, klärt über die Problematik der Kinderprostitution in einigen Ländern auf und weist auf entsprechende Institutionen und Ansprechpartner am Urlaubsort hin, die sachdienliche Hinweise bei Verdacht auf strafbare Handlungen entgegennehmen.

In diesem Zusammenhang hat das BMFSFJ die Herstellung der deutschen Version der Internetseite von „child-hood.com“, die das Kinderhilfswerk terre des hommes entwickelt hat, gefördert. „Child-hood.com“ ist ein Internetangebot mit konkreten Informationen, was Reisende selbst zum Schutz von Kindern tun können, wenn sie in ihrem Urlaub Hinweisen auf Kindesmissbrauch begegnen.

Am 29. Januar 2003 hat das Bundeskabinett einen Aktionsplan zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Gewalt und Ausbeutung verabschiedet. Er bündelt die einzelnen Maßnahmen der Bundesregierung in einem ressortübergreifenden Gesamtkonzept zur Bekämpfung von Kindesmissbrauch, Kinderpornographie (im Internet), Kinderhandel und Kinderprostitution.

Der Aktionsplan der Bundesregierung enthält einen gesonderten Abschnitt zu Maßnahmen in der Tourismuswirtschaft. Vorgesehen ist dabei u. a., die gemeinsame Präventionsinitiative des DRV, ECPAT und der polizeilichen Kriminalprävention weiter auszubauen und zu intensivieren, insbesondere durch eine noch stärkere, langfristig angelegte Beteiligung der Reisebranche an den derzeit stattfindenden Präventionsaktionen und Informationskampagnen. In einer neuen Projektphase wird die Bundesregierung daher zusammen mit der Europäischen Kommission die weitere Umsetzung des Verhaltenskodexes unter anderem durch gezielte Schulungen der Reisebranche sowie der Einbeziehung von Fluggesellschaften in die Sensibilisierungsmaßnahmen fördern.

5 Die internationale tourismuspolitische Zusammenarbeit entwickeln

5.1 Europäische Tourismuspolitik mitgestalten

Der Vertrag von Amsterdam weist der Europäischen Kommission keine eigene Zuständigkeit auf dem Gebiet des Tourismus zu. Der Tourismus ist ein Querschnittsbereich, der eine Vielzahl von Einzelbereichen in der Europapolitik berührt.

So werden im Rahmen der Handelspolitik der EU auch die Verhandlungsrunden mit Drittstaaten zum GATS (General Agreement on Trade in Services) vorbereitet. Wenn auch der Tourismus zu den Dienstleistungsbereichen gehört, die bereits weitgehend liberalisiert sind, setzt sich die Bundesregierung im Rahmen der GATS-Verhandlungen gegenüber Ländern außerhalb der EU für den Abbau noch bestehender Handelshemmnisse in einzelnen Bereichen des Tourismus ein.

EU-Kommission und Rat sehen in der Tourismuspolitik stets auch ein Instrument, um allgemeine beschäftigungs- und wachstumspolitische Ziele zu unterstützen. Die europäische Tourismuswirtschaft partizipiert an verschiedenen anderen Gemeinschaftspolitiken wie z. B. den Mittelstandsprogrammen der EU und an Maßnahmen des Strukturfonds. Daneben gab und gibt es gezielte Maßnahmen zur Förderung der Tourismuswirtschaft.

Nachdem der Aktionsplan der Gemeinschaft zur Förderung des Tourismus 1995 ausgelaufen war, war eine hochrangige Expertengruppe eingesetzt worden. Diese Gruppe, unter dem Vorsitz des Deutschen Ralf Corsten, hatte 1998 ihren Bericht über die Wachstums- und Beschäftigungspotenziale in der Tourismuswirtschaft vorgelegt.

Dieser Bericht machte die wirtschaftliche Bedeutung der Tourismuswirtschaft für Wachstum und Beschäftigung deutlich. Sie trug demnach Ende der 90er-Jahre mit gut 5 % zum Bruttoinlandsprodukt der EU, mit rd. 6 % zur Gesamtbeschäftigung und mit mehr als 30 % zum Dienstleistungsexport der EU bei. Der Bericht erwartete, dass die internationalen Gästeankünfte in Europa im Zeitraum von 1995 bis 2010 um 57 % auf 527 Mio. anwachsen würden. Die Ein-

führung des Euro sowie die Erweiterung der Europäischen Union würden zusätzliche Wachstumschancen eröffnen.

Die Expertengruppe prognostizierte für den Zeitraum bis 2010 jährliche Wachstumsraten im Tourismus zwischen 2,5 und 4 % beim Umsatz und zwischen 1,0 und 1,5 % bei der Beschäftigung. Demzufolge könnten bis 2010 in der EU zwischen 2,2 und 3,3 Mio. neue Arbeitsplätze durch den Tourismus entstehen.

Dieser Bericht ist bis heute eine der wichtigsten Grundlagen für die Fortführung der EU-Tourismuspolitik. Die EU-Kommission leitete daraus in ihrer Mitteilung vom 28. April 1999 zum „Beschäftigungspotenzial der Tourismuswirtschaft“ Handlungsbedarf ab, der dann in den Schlussfolgerungen des Rates vom 21. Juni 1999 zu vier Handlungsfeldern verdichtet wurde:

– Förderung des Austauschs und der Verbreitung von Information, insbesondere mittels der neuen Technologien,
– bessere Ausbildung zwecks Verbesserung der Qualifizierung in der Tourismusbranche,
– Qualitätsverbesserung touristischer Produkte,
– Förderung von Umweltschutz und nachhaltiger Entwicklung im Tourismus.

Die Bundesregierung und auch Fachleute aus der deutschen Wirtschaft waren an allen in diesem Zusammenhang eingerichteten Arbeitsgruppen beteiligt. Die Arbeit dieser Expertengruppen führte dann im November 2001 zu der Mitteilung der EU-Kommission über die „Zusammenarbeit für die Zukunft des Tourismus in Europa“, die ihrerseits Grundlage für die Schlussfolgerungen des Rates vom 21. Mai 2002 war.

Es geht im Kern um folgende Bereiche:

– Verbesserung der Zusammenarbeit in der Tourismuspolitik zwischen den Mitgliedstaaten, den Gremien der EU sowie der Tourismuswirtschaft;
– Verbesserung der Datenlage durch Einführung der „Tourismus-Satellitenkonten“;
– Förderung einer nachhaltigen Entwicklung der touristischen Aktivitäten in Europa (Agenda 21);
– Verbesserung der Zugänglichkeit touristischer Einrichtungen für Behinderte.

Der Vorschlag der Stärkung der Zusammenarbeit zwischen Politik und Wirtschaft wurde mit dem „Ersten Europäischen Tourismusforum“ am 10. Dezember 2002 in Brüssel in die Tat umgesetzt. An dem Zusammentreffen nahmen hochrangige Vertreter aus der Tourismuswirtschaft und den Regierungen von EU-Mitgliedstaaten und Beitrittsländern teil. Die italienische Regierung hat eine Anschlussveranstaltung im Rahmen ihrer EU-Präsidentschaft für Ende 2003 angekündigt, die Impulse für eine verstärkte europäische Zusammenarbeit im Tourismus geben soll.

Mit der Ausrichtung dieser Tourismusforen kommt auch der Wunsch einiger Mitgliedstaaten nach vermehrten gemeinschaftlichen Initiativen im Tourismus zum Ausdruck. Vor allem die tourismusintensiven Mitgliedstaaten im Süden Europas zeigen Interesse an einer stärkeren Gemeinschaftskompetenz, etwa für EU-Marketingmaßnahmen für die Destination Europa. Die Bundesregierung vertritt hingegen die Auffassung, dass es keiner gestärkten Kompetenz der EU im Bereich der Tourismuspolitik bedarf. Mit den gegenwärtigen Strukturen sind gute Erfahrungen gemacht worden. Hieran gilt es kontinuierlich weiterzuarbeiten.

An dem von der EU-Kommission im Sommer 2002 ausgeschriebenen Projekt der Einführung von Tourismussatellitenkonten ist die Bundesregierung bereits mit einem Forschungsauftrag beteiligt.

Zur Zugänglichkeit von Tourismuseinrichtungen für Behinderte hat die EU-Kommission eine Expertengruppe einberufen, die sich mit Verkehrsmitteln und der Verkehrsinfrastruktur befasst. Daneben läuft ein Forschungsvorhaben über die Harmonisierung von Zugänglichkeitskriterien innerhalb der EU. Außerdem beteiligt sich die EU finanziell an Veranstaltungen in den Mitgliedstaaten zum Europäischen Jahr der Menschen mit Behinderungen 2003.

5.1.1 Einen EU-Binnenmarkt für Dienstleistungen schaffen

Der Europäische Markt für Dienstleistungen ist auch zehn Jahre nach Vollendung des EU-Binnenmarktes für Waren mehr oder weniger in 15 verschiedene Dienstleistungsmärkte segmentiert. Nach wie vor bestehen national sehr verschiedene Regelsysteme für die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Dienstleistungsunternehmen in der EU. Die EU-Dienstleistungswirtschaft verfügt deshalb nicht über vergleichbare Größenvorteile wie z. B. die der USA und ist international weniger wettbewerbsfähig, da sie ihre Leistungen nur zu höheren Kosten und nicht mit den international verlangten Qualitätsattributen anbieten kann.

Daraus entstehen erhebliche Einbußen an Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit und mittelbar auch an Beschäftigung. Gerade auch in der Tourismuswirtschaft gibt es noch Hemmnisse, die die Entwicklung und Ausbildung marktgerechter, wettbewerbsstarker und EU-weit operierender Tourismusunternehmen erschweren.

Die EU-Kommission hat sich dieses Problemfeldes angenommen und in einer Mitteilung eine „Binnenmarktstrategie für den Dienstleistungssektor“ vorgestellt. Diese Binnenmarktstrategie, die das Ziel hat, den grenzüberschreitenden Austausch von Dienstleistungen innerhalb der EU ebenso einfach zu gestalten wie auf den nationalen Märkten der Mitgliedstaaten, soll in zwei Stufen verwirklicht werden.

Zum Abschluss der ersten Phase wurde ein Bericht vorgelegt, der die noch bestehenden Hemmnisse auflistet. Der Bericht über Hemmnisse beim grenzüberschreitenden Handel mit Dienstleistungen wurde vom Rat am 14./15. November 2002 bestätigt. Unterstützung für die zweite Phase wurde zugesichert.

In der zweiten Phase sollen die notwendigen Maßnahmen zur Herstellung des Dienstleistungsbinnenmarktes festgelegt werden. Die Vorschläge der EU-Kommission wurden von Bundestag und Bundesrat zustimmend zur Kenntnis genommen. Das weitere Vorgehen auf EU-Ebene wird in einer Expertengruppe bei der EU-Kommission festgelegt.

Darüber hinaus wird im BMWA zweimal im Jahr zu einer Gesprächsrunde eingeladen, in der Vertreter der EU den Kammern und Verbänden der deutschen Wirtschaft zur Erörterung von Einzelheiten zur Verfügung stehen.

Beispiel: Behinderung der Tätigkeit von Reiseleitern

Schon seit Jahren besteht das Problem der Behinderung deutscher Reiseleiter in den Gemeinschaftsländern, insbesondere in Italien und Österreich. Hintergrund des Problems ist, dass es dort – im Gegensatz zu Deutschland – staatlich reglementierte Berufsbilder für Reiseleiter mit einem staatlichen Qualifikationserfordernis gibt. Insbesondere aus Schutzgründen des nationalen Arbeitsmarktes verfolgen die Behörden in den Zielländern gegenüber deutschen Reiseleitern eine sehr restriktive Haltung.

Deutschland sieht in diesen Behinderungen grundsätzlich einen Verstoß gegen den EU-Grundsatz der Dienstleistungsfreiheit. Der Europäische Gerichtshof (EUGH) hat sich in mehreren Urteilen Anfang der 90er-Jahre mit dieser Frage befasst und die deutsche Rechtsauffassung im Grundsatz bestätigt. Er erkannte aber eine Ausnahme von der Dienstleistungsfreiheit in Bezug auf Museen und Geschichtsdenkmäler. Nur dort soll das Führen bzw. Erläutern staatlich qualifizierten Reiseleitern vorbehalten sein können.

Leider legen die Länder die Urteile höchst unterschiedlich aus. Das gilt namentlich für die aus deutscher Sicht rechtlich nicht haltbaren italienischen und österreichischen Urteilsinterpretationen. Italien etwa hatte eine 6 500 Positionen umfassende so genannte Museen- und Geschichtsdenkmälerliste präsentiert, die im Ergebnis weite Teile Italiens zur verbotenen Zone für deutsche Reiseleiter erklärt. Nach langen Verhandlungen wurde diese Liste Anfang 2002 auf ca. 2 500 Positionen reduziert. Dies ist aus deutscher Sicht noch immer entschieden zu viel. Österreich hat ganze Altstadtbezirke zu Museen bzw. Geschichtsdenkmälern und damit zum Ausschlussgebiet für deutsche Reiseleiter erklärt. Verstöße ahnden die Zielländer grundsätzlich mit Bußgeld.

Gegen ein solches von Österreich verhängtes Bußgeld hatte ein deutscher Reiseleiter den Rechtsweg bis zur letzten Instanz beschritten und mit dem Urteil des Verwaltungsgerichtshofs Wien vom 4. September 2002 Recht bekommen. Mit diesem Urteil sieht die Bundesregierung – wie sie in einem Schreiben an die österreichische Bundesregierung von November 2002 erklärte – die mit Österreich streitige Reiseleiterfrage als beigelegt an.

Die Bundesregierung hat das Urteil des Verwaltungsgerichtshofs Wien der EU-Kommission mit dem Petitum zur Kenntnis gegeben, die anderen berührten Gemeinschaftsstaaten in Einklang mit der Binnenmarktstrategie zur EU-Dienstleistungsfreiheit auf die in dem Urteil verankerten Rechtsgrundsätze zu verpflichten.

5.1.2 Steuerliche Wettbewerbsbedingungen für Reiseleistungen angleichen

Die Europäische Kommission hat am 8. Februar 2002 einen Vorschlag zur Änderung der 6. EG-Richtlinie bezüglich der geltenden Sonderregelung für Reisebüros (= Umsatzbesteuerung von Reiseleistungen) vorgelegt. Der Richtlinienvorschlag sieht die Änderung der geltenden Sonderregelung für die Besteuerung von Reiseleistungen und den Abbau derzeit bestehender Übergangsregelungen in diesem Bereich vor.

Mit dem Richtlinienvorschlag verfolgt die EU-Kommission das Ziel, in Bezug auf die Besteuerung von Reiseleistungen gleiche Wettbewerbsbedingungen innerhalb der EU und im Verhältnis zu Drittstaaten zu schaffen. Hierzu schlägt sie u. a. Folgendes vor:

- Ausdehnung der Margenbesteuerung auch auf Reiseleistungen zwischen Unternehmern;
- Besteuerung der durch Drittlandsunternehmer innerhalb der EU erbrachten Reiseleistungen an Abnehmer mit Sitz in der EU;
- genauere Definition der Bemessungsgrundlage für die Margenbesteuerung der Reiseleistungen, Einführung der Möglichkeit der Besteuerung nach der Gesamtmarge und des Wahlrechts für den Leistenden zur Anwendung der allgemeinen Regelungen;
- ersatzlose Streichung der derzeit bei der Besteuerung der Reiseleistungen bestehenden Übergangs- und Sonderregelungen.

Die Bundesregierung steht dem Ansatz der EU-Kommission grundsätzlich positiv gegenüber. Das gilt auch, soweit die Ausdehnung der Margenbesteuerung auf Reiseleistungen in der Unternehmerkette vorgeschlagen wird. Aus Sicht der Bundesregierung erscheint dies der zielführendste Ansatz, um die derzeit bestehenden Wettbewerbsnachteile deutscher Reiseveranstalter zu beseitigen. Auch die Besteuerung der durch Reiseveranstalter mit Sitz im Drittland verkauften – innerhalb der EU stattfindenden – Pauschalreisen ist sachgerecht, da hierdurch eine Gleichbehandlung mit den in der EU ansässigen Reiseveranstaltern erreicht wird. Die Streichung aller Übergangs- und Sonderregelungen für Reiseleistungen wird begrüßt.

Die Erörterungen des Richtlinienvorschlags wurden unter spanischer Ratspräsidentschaft im ersten Halbjahr 2002 aufgenommen und unter dänischer und griechischer Ratspräsidentschaft fortgesetzt. Wann mit einer Einigung auf EU-Ebene gerechnet werden kann, ist derzeit nicht abschätzbar. Dies gilt insbesondere auch deshalb, weil die EU-Kommission am 21. Februar 2003 einen geänderten Vorschlag für eine Richtlinie des Rates zur Änderung der 6. EG-Richtlinie bezüglich der Sonderregelung für Reisebüros und einen Vorschlag für eine Verordnung des Rates zur Änderung der Verordnung (EWG) Nr. 218/92 über die Zusammenarbeit der Verwaltungsbehörden auf dem Gebiet der indirekten Besteuerung (MWSt) hinsichtlich zusätzlicher Maßnahmen betreffend die Erbringung von Reisedienstleistungen vorgelegt hat. Gegenstand des Änderungs- bzw. Ergänzungsvorschlags ist die Einräumung der Möglichkeit für Drittlandsunternehmer, sich für alle Reiseleistungen innerhalb der EU nur noch in einem einzigen EU-Mitgliedstaat (und nicht mehr ggf. in 15 Mitgliedstaaten) erfassen zu lassen.

5.2 Die Erweiterung der Europäischen Union begleiten

Der europäische Tourismus spielt auch im Hinblick auf die EU-Erweiterung eine gewichtige Rolle. Die Beitrittskandidaten haben ein großes wirtschaftliches Interesse an der Vermarktung ihrer landschaftlichen Reize für touristische Bedürfnisse, insbesondere im Zusammenhang mit der Entwicklung des ländlichen Raumes. Touristische Infrastrukturprojekte sind daher auch Gegenstand der Förderung der grenzübergreifenden Zusammenarbeit zwischen EU und MOE-Ländern.

Die Beitrittsverhandlungen zwischen der Europäischen Union und Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, der Slowakei, Slowenien, der Tschechischen Republik, Ungarn und Zypern wurden am 12./13. Dezember 2002 in Kopenhagen erfolgreich abgeschlossen. Die Unterzeichnung der Beitrittsverträge erfolgte am 16. April 2003 auf dem Europäischen Rat in Athen. Die neuen Mitgliedstaaten können nach Abschluss des Ratifikationsverfahrens und eines erfolgreichen Verlaufs der Referenden in den einzelnen Ländern zum 1. Mai 2004 beitreten. Die Verhandlungen mit Bulgarien und Rumänien sollen bis 2007 abgeschlossen werden.

Der Binnenmarkt mit den vier Freiheiten wird sich dann auf alle Beitrittsländer erstrecken. Eingeschränkt wird jedoch für eine begrenzte Zeit die Arbeitnehmerfreizügigkeit im Rahmen des 2+3+2-Modells. Nach einer ersten zweijährigen Übergangsphase können die Mitgliedstaaten entscheiden, ob sie die bestehenden nationalen Beschränkungen zur Regulierung des Arbeitsmarktzugangs für weitere drei Jahre aufrechterhalten oder ob sie Freizügigkeit nach EU-Recht ggf. unter Einschluss einer Schutzklausel gewähren. Dies läuft im Rahmen eines einfachen Meldeverfahrens, das keine inhaltliche und rechtliche Prüfung durch die EU-Kommission und keine Abstimmung auf Ratsebene – sei es einstimmig oder mit qualifizierter Mehrheit – erfordert.

Das bedeutet, dass bereits einzelne EU-Mitgliedstaaten ihren Arbeitsmarkt im Rahmen dieses Modells für Staatsangehörige der bis dahin beigetretenen mittel- und osteuropäischen Länder nach EU-Recht öffnen können, sofern sie es wünschen. Das gleiche Meldeverfahren wird erneut angewandt nach Ablauf des 5. Jahres, sodass Deutschland insgesamt eine Übergangsfrist von bis zu sieben Jahren in Anspruch nehmen könnte.

Dies gilt auch für die grenzüberschreitende Erbringung von Dienstleistungen, die allerdings nur in Deutschland und Österreich für die Dauer der Übergangsfrist bei der Arbeitnehmerfreizügigkeit – also maximal sieben Jahre – eingeschränkt werden darf. In Deutschland gilt dies für das Baugewerbe und Teilbereiche des Handwerks.

Deutschland wird unabhängig von der Übergangsfrist an den bestehenden bilateralen Vereinbarungen mit den mittel- und osteuropäischen Staaten im Bereich der Saisonarbeitnehmer-, Werkvertragsarbeitnehmer-, Gastarbeitnehmer- und Grenzgängerbeschäftigung festhalten.

Der mit der EU-Erweiterung einhergehende Ausbau der Verkehrs- und touristischen Infrastruktur in den Beitrittsstaaten wird einerseits dazu beitragen, die touristische Attraktivität der Ferienregionen in Mittel-, Ost- und Südosteuropa zu erhöhen, andererseits kann diese größere Attraktivität gerade auch den deutschen Grenzregionen zugute kommen. Längerfristig führt der mit der EU-Erweiterung in den Beitrittsländern zu erwartende Wachstumsschub zudem dazu, dass die Einkommen steigen und diese Länder somit vermehrt als Quellregionen für Deutschlandtourismus infrage kommen.

Nicht zuletzt wird die Erweiterung auch Neugier und Interesse auf das gemeinsame europäische Haus wecken und damit die Reiseströme verändern. Das betrifft auch jene Länder Osteuropas, die heute noch nicht zu den Beitrittskandidaten zählen.

5.3 Regionale Kooperation im Ostseeraum anstoßen

Die Entwicklung des Ostseeraums erhält von der multilateralen regionalen Zusammenarbeit wichtige Impulse. Mit dem Aktionsplan „Nördliche Dimension“, der im Juni 2000 vom Europäischen Rat verabschiedet wurde, trägt die Europäische Union dem Ostseeraum als vorrangigem Entwicklungsgebiet Rechnung.

Das internationale Tourismusaufkommen hat sich in den neun Ostseeanrainerstaaten seit 1989 mehr als verdoppelt. Die größten Zuwächse verzeichneten die Reformstaaten, wobei sich insbesondere in den drei baltischen Staaten das internationale Tourismusaufkommen – auf niedrigem Niveau – vervielfacht hat.

Die Bundesregierung sieht im Tourismus einen wichtigen Faktor für die wirtschaftliche und soziale Annäherung in der Ostseeregion und unterstützt deshalb seit einigen Jahren Aktivitäten zur Entwicklung der Tourismuskooperation rund um die Ostsee.

Bereits 1998 waren in Deutschland mit Vertretern der Wirtschaft und der Verbände strategische Überlegungen für den Ostseetourismus entwickelt und mögliche Kooperationsfelder identifiziert worden.

Die erste konkrete Umsetzung erfolgte 1999 mit den vom Bundeswirtschaftsministerium geförderten Projekten unter der Trägerschaft des Vereins Deutsches Küstenland, in dem die Marketingorganisationen der norddeutschen Länder zusammengeschlossen sind. Ziel ist die Weiterentwicklung erfolgversprechender Kooperationsfelder hin zu konkreten touristischen Angeboten, z. B. in den Bereichen Fahrradtourismus, Jugendtourismus und Fährtourismus im Ostseeraum.

Im Rahmen der Arbeiten am Euro-Velo-Netz wurde im Frühjahr 2001 bereits der Nordseeküstenradweg eröffnet. Für den Ostseeküstenradweg fehlt eine durchgehende Verknüpfung noch, obwohl auf nationaler Ebene viele Teilstrecken bereits fertiggestellt sind.

Während des deutschen Vorsitzes im Ostseerat im 1. Halbjahr 2001 hat sich die Arbeitsgruppe Wirtschaftskooperation regelmäßig mit Fragen des Tourismus befasst. Im Mai 2001 lud Deutschland zu einem ersten Expertentreffen auf Arbeitsebene nach Berlin ein, an dem Regierungsvertreter, die nationalen Marketingorganisationen und Tourismusunternehmen der Anrainerstaaten teilnahmen.

Das Interesse der Bundesregierung besteht darin, die Anrainerstaaten zu einem gemeinsamen Marketing für die Region zu gewinnen, um Synergien zu nutzen. Diese dürften sich aus Themen ergeben, die allen Ostseestaaten gemeinsam

zugeordnet werden können (z. B. Bernstein, Hanse, Wikinger).

Da es bisher kein einheitliches Image und keine gemeinsame Identifikation der Ostseeregion als touristische Destination gibt, förderte das BMWA gezielt ein Projekt zum Aufbau einer Informations- und Kooperationsbörse für den Ostseetourismus. In einem ersten Schritt wurde eine Internetplattform unter der Webadresse www.balticsea-tourism.com eingerichtet. Hier werden tourismusrelevante Organisationen und Projekte der Ostseeregion erfasst, um durch eine bessere Verknüpfung der überwiegend regionalen Maßnahmen und eine Zusammenführung der Akteure Synergieeffekte zu nutzen und Doppelarbeiten zu vermeiden.

5.4 Mit anderen Ländern bilateral zusammenarbeiten

Mit einigen Ländern wurde in den letzten Jahren die bilaterale Zusammenarbeit auf Regierungsebene ausgebaut. Im Rahmen des deutsch-türkischen Kooperationsrates, der jährlich zusammentrifft (Federführung Auswärtiges Amt), tagt regelmäßig die Arbeitsgruppe Tourismus unter der Leitung des BMWA. Die Erörterungen der Gruppe haben eine Reihe von Verbesserungen in den deutsch-türkischen Tourismusbeziehungen herbeiführen können.

Auch mit Bulgarien und Rumänien bestehen jeweils bilaterale Arbeitsgruppen Tourismus, die an den deutsch-bulgarischen bzw. deutsch-rumänischen Kooperationsrat (Federführung BMWA) angegliedert sind. Diese Arbeitsgruppen werden durch die Tourismuswirtschaft geleitet; das BMWA nimmt begleitend daran teil.

In den letzten Jahren wurde die Zusammenarbeit mit der chinesischen Regierung intensiviert, um chinesischen Staatsbürgern touristische Reisen nach Deutschland zu ermöglichen. Inzwischen ist Deutschland durch die Regierung der VR China der Status einer anerkannten Destination für touristische Gruppenreisen (ADS) zuerkannt worden. Hierzu haben die Regierungen beider Länder am 1. Juli 2002 ein entsprechendes Übereinkommen (Memorandum of Understanding) unterzeichnet. Auf dieser Grundlage können chinesische Bürger erstmals touristische Gruppenreisen nach Deutschland unternehmen. Reiseveranstaltern und Reisebüros eröffnet sich damit ein neues Geschäftsfeld.

Das Übereinkommen regelt Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit von Reisebüros und Reiseveranstaltern beider Seiten bei der Organisation von Gruppenreisen nach Deutschland. Die chinesische Seite hat eine Liste der Reiseagenturen des Landes vorgelegt, die durch die chinesische Regierung zur Organisation von Gruppenreisen nach Deutschland autorisiert sind. Auf deutscher Seite hat der Deutsche Industrie- und Handelskammertag eine Liste der am China-Geschäft interessierten Reiseunternehmen erstellt und der chinesischen Seite übergeben. Die registrierten Unternehmen können ihre Kooperationspartner frei wählen und mit ihnen in eigener Verantwortung entsprechende Verträge abschließen.

Inzwischen hat auch die EU-Kommission Verhandlungen mit der Regierung der VR China zum Abschluss eines ADS-Abkommens aufgenommen, das dann für alle EU-Mitgliedstaaten gilt. Bis zu dessen Inkrafttreten können chinesische Staatsbürger nach Deutschland auf der Grundlage des deutsch-chinesischen Übereinkommens reisen.

5.5 An tourismuspolitischer Zusammenarbeit im Rahmen der OECD mitwirken

Neben vielen anderen Wirtschaftsfragen beschäftigt sich die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) auch mit Tourismus. Sie erstellt regelmäßig statistische Analysen zur Entwicklung des Tourismus innerhalb der OECD und führt in Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten Seminare zu allgemeinen Fragestellungen des Tourismus durch. Zuständig für den Tourismus ist der Tourismusausschuss der OECD, der zum OECD-Direktorat für Wissenschaft, Technologie und Industrie gehört und nach längerer Unterbrechung im Oktober 1999 seine Tätigkeit wieder aufgenommen hat. Der Ausschuss bietet den Regierungsvertretern der Mitgliedstaaten ein regelmäßiges Forum für Meinungs- und Erfahrungsaustausch.

Aufgrund von Budgetkürzungen kann sich der Ausschuss zukünftig nur mit solchen ausgewählten Fragen des Tourismus beschäftigen, die für die Mitgliedsländer die höchste politische Priorität haben. Das Arbeitsprogramm konzentriert sich deshalb auf drei wesentliche Aktivitäten:

– Analysen und Informationen über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in den Mitgliedstaaten einschließlich sozialer Komponenten;

– Rahmenbedingungen für die Gestaltung der Tourismuspolitik in den Mitgliedstaaten;

– Innovation, Kooperation, Globalisierung und strukturelle Veränderungen in der Tourismuswirtschaft und deren Einfluss auf die Tourismuspolitik der Mitgliedstaaten.

Im Januar 2003 hat der Sonderberater des Generalsekretärs der OECD, Nicholson, seine Empfehlungen zur Reformierung der OECD und ihrer Ausschuss-Struktur vorgelegt (Nicholson-Bericht). Der Bericht enthält für den Tourismus die Empfehlung, den Tourismusausschuss in eine Arbeitsgruppe des neu zu schaffenden übergeordneten Ausschusses „Committee on Industry Sector Policy (CISP)“ umzuwandeln. Die Tätigkeit der Statistischen Arbeitsgruppe des Tourismusausschusses soll formal eingestellt werden. Endgültige Entscheidungen zu diesem Empfehlungen wurden noch nicht getroffen.

5.6 An tourismuspolitischer Zusammenarbeit im Rahmen der Welttourismusorganisation mitwirken

Deutschland ist seit 1976 Vollmitglied der Welttourismusorganisation (WTO), deren Aufgabe die „Förderung und Entwicklung des Tourismus als Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung, internationalem Verständnis, Frieden, Wohlstand und Respekt für Freiheit und Menschenrechte für alle ohne Unterschiede nach Rasse, Geschlecht, Sprache und Religion“ ist.

Die WTO, die ihren Sitz in Madrid hat, umfasst zurzeit 140 Vollmitglieder und 7 assoziierte Mitglieder. Die Zahl der angegliederten Mitglieder beläuft sich auf mehr als 350.

Als weitere EU-Staaten sind Österreich, Frankreich, Spanien, Italien, Portugal und Griechenland Vollmitglieder.

Wichtige Tourismusländer wie die USA sowie in Europa Großbritannien, die Niederlande, Belgien und die skandinavischen Länder gehören der WTO nicht an.

Obwohl die WTO mit dem VN-System verbunden ist, ist sie bisher keine VN-Sonder-, sondern eine zwischenstaatliche Organisation. Seit Ende 2001 läuft ein Verfahren zur Umwandlung der WTO in eine VN-Sonderorganisation. Die Bundesregierung unterstützt dieses Vorhaben.

Die WTO wird vorrangig über Pflichtbeiträge der Vollmitglieder finanziert. Die Beitragshöhe berücksichtigt die Wirtschaftskraft und die Bedeutung des Tourismus in den Mitgliedsländern. Für 2003 wurde ein Budget von 10,6 Mio. Euro veranschlagt. Der Beitrag Deutschlands beläuft sich 2003 auf 271 005 Euro.

Schwerpunkte des Arbeitsprogramms der WTO sind:

– Intensivierung der Zusammenarbeit zur Entwicklung und Stärkung der nationalen Tourismusverwaltungen, insbesondere in den Entwicklungsländern;
– Unterstützung der Aus- und Fortbildung von Beschäftigten in der Tourismusindustrie;
– nachhaltige Entwicklung im Tourismus (ein Schwerpunkt war das von den VN verkündete „Jahr des Ökotourismus“ 2002);
– Unterstützung einer hohen Qualität in der touristischen Entwicklung (Erleichterung des Reiseverkehrs, Liberalisierung, Gewährleistung von Gesundheit und Sicherheit für Touristen usw.);
– Statistik und wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus (z. B. Tourismus-Satellitenkonto);
– Marktforschung und Tourismusmarketing;
– neue Informationstechnologien im Tourismus;
– Öffentlichkeitsarbeit, Informationsaustausch und Dokumentation.

Die Generalversammlung der WTO hat im Oktober 1999 in Santiago/Chile einen „Global Code of Ethics“ verabschiedet. Er bietet einen Referenzrahmen für die verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung des Welttourismus. Damit sollen die negativen Auswirkungen des Tourismus auf die Umwelt und das kulturelle Erbe minimiert und die Vorteile für die Bewohner der Tourismusziele maximiert werden. Der Kodex stellt in neun Artikeln die „Spielregeln“ für Destinationen, Regierungen, Reiseveranstalter, Reisebüros, Entwickler, Arbeitnehmer sowie die Reisenden selbst auf. Er ist rechtlich nicht verbindlich, beinhaltet aber einen Durchsetzungsmechanismus. Hierzu soll ein Weltausschuss für Tourismusethik geschaffen werden (World Committee on Tourism Ethics). Über dessen Zusammensetzung wird der Exekutivrat beschließen.

Die WTO begeht jedes Jahr am 27. September, dem Gründungstag der WTO, den Welttourismustag. Hierfür wählt die Generalversammlung jeweils ein Land als Gastgeber. Im Jahr 2000 war die Bundesrepublik Deutschland für die Ausrichtung des Welttourismustages zuständig. Aus diesem Anlass hat das BMWA gemeinsam mit dem Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) auf der EXPO 2000 in Hannover eine internationale Konferenz zum Thema „Technologie und Natur: Zwei Herausforderungen für den Tourismus am Vorabend des 21. Jahrhunderts“ durchgeführt, an der hochrangige Vertreter von Politik und Wirtschaft aus aller Welt teilnahmen.

Als Folge der Terroranschläge vom 11. September 2001 hatte die Generalversammlung der WTO im September 2001 beschlossen, einen zeitweiligen Ausschuss (Recovery Committee) zu bilden, der den Einfluss derartiger Ereignisse auf den Tourismus beobachtet. Ziel seiner Arbeit ist es, das Vertrauen in der Tourismuswirtschaft wieder herzustellen und das Image von betroffenen Tourismusdestinationen zu stärken. Den betroffenen Mitgliedstaaten soll Unterstützung gewährt werden, um der veränderten Situation entsprechend zu begegnen und Rückgänge im Tourismus rasch zu überwinden. Dem Ausschuss gehören 40 Mitglieder (Tourismusexperten des öffentlichen und des privaten Sektors) an. Vorsitzender ist Dr. Mamdouh El Beltagui, ägyptischer Tourismusminister. Die Berichte des Recovery Committee werden den WTO-Mitgliedstaaten zur Verfügung gestellt.



Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 13 20, 53003 Bonn, Telefon (02 28) 3 82 08 40, Telefax (02 28) 3 82 08 44
ISSN 0722-8333